UNIVERSITY OF ALBERTA LIBRARY
0 1620 1123 0206

AUTORISÉ PAR LE MINISTÈRE

L'industrie du tourisme

TOU1010

Études professionnelles et technologiques

Tourisme

1998

ier
dulaire
'élève

Enseignement à distance et régulier

Alberta
EDUCATION
Direction de l'éducation française
Language Services Branch

338.4791
I53
1998
c.2

BSJ
SPECCOLL

UNIVERSITY OF ALBERTA
QUAECUMQUE VERA

EX LIBRIS
UNIVERSITATIS
ALBERTENSIS

ÉTUDES PROFESSIONNELLES
ET
TECHNOLOGIQUES

L'INDUSTRIE DU TOURISME

TOU1010

CAHIER MODULAIRE DE L'ÉLÈVE

Alberta
EDUCATION
1998

DONNÉES DE CATALOGAGE AVANT PUBLICATION (ALBERTA EDUCATION)

Alberta. Alberta Education. Direction de l'éducation française
Tourisme : L'industrie du tourisme (TOU1010). (Édition finale 1998)

Ce module comprend un Cahier modulaire de l'élève,
un Cahier de travaux pratiques et un Guide de l'accompagnateur.
Ce module fait partie des **Études professionnelles et technologiques.**

ISBN 0-7732-9871-1

1. Tourisme -- Étude et enseignement (Secondaire) -- Alberta. 2. Enseignement professionnel -- Alberta. I. Titre. II. Titre : L'industrie du tourisme (TOU1010). III. Série : Études professionnelles et technologiques.

G155.5 A333 1997 910.2

Cette publication est destinée au(x) :	
Élèves	✓
Enseignants	✓
Administrateurs (directeurs, directeurs généraux)	
Parents	
Grand public	
Autres	

Dans le présent document, le générique masculin est utilisé sans aucune discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte.

L'adresse du site Internet de la Direction de l'éducation française pourrait vous être utile :
http://ednet.edc.gov.ab.ca/french/

L'utilisation d'Internet est facultative. L'exploration de l'autoroute électronique pourrait être utile sur le plan de la pédagogie et sur celui du divertissement. Toutefois, il est important de souligner le fait que ces réseaux informatiques ne sont pas censurés. L'utilisateur pourrait, sans le vouloir ou intentionnellement, trouver des articles qui pourraient contenir de l'information offensante ou peu convenable. Il faudrait donc faire les recherches avec prudence car l'information n'est pas vérifiable et le contenu pourrait être inexact. Prenez donc le temps de confirmer les faits en consultant plusieurs sources.

Tourisme
L'industrie du tourisme (TOU1010)
Cahier modulaire de l'élève
Alberta Distance Learning Centre

TOUS DROITS RÉSERVÉS

© 1998, la Couronne du chef de la province de l'Alberta, représentée par le ministre de l'Éducation. Alberta Education, 11160, avenue Jasper, Edmonton (Alberta) T5K 0L2. Tous droits réservés. On peut obtenir des exemplaires additionnels en s'adressant au Learning Resources Distributing Centre.
Aucune partie de ce document pédagogique ne peut être reproduite par quelque procédé que ce soit, notamment la photocopie (à moins d'indication contraire), sans l'autorisation écrite de Alberta Education.
Tous les efforts possibles ont été faits pour indiquer les sources de documentation et se conformer à la Loi sur les droits d'auteurs. Si, malgré cela, des omissions étaient relevées, veuillez en informer Alberta Education afin que nous puissions y remédier.

IL EST STRICTEMENT INTERDIT DE REPRODUIRE TOUTE PARTIE DE CE DOCUMENT SOUS LES TERMES DE PERMIS COLLECTIFS OU D'ORGANISMES D'ATTRIBUTION DE LICENCES.

BIBLIOTHÈQUE
FACULTÉ SAINT-JEAN
LIBRARY

Bienvenue à **TOU1010**!

Nous souhaitons que tes études en
Tourisme te soient profitables.

Un cours des Études professionnelles et technologiques comprend essentiellement des modules du même domaine mais, lorsque c'est nécessaire, il peut englober des modules pris dans plus d'un domaine. Les huit symboles ci-dessous représentent des compétences essentielles (connaissances, habiletés et attitudes).

Carrières : faire des liens avec les carrières du domaine à l'étude.

Communication : préparer et présenter des rapports écrits, oraux et visuels précis.

Éthique : identifier un comportement moral convenable.

Innovation : reconnaître les possibilités/ problèmes, étudier les risques, exécuter et évaluer les choix.

Gestion des risques : reconnaître et suivre les consignes de sécurité personnelles et environnementales.

Gestion de l'activité : démontrer une aptitude à trouver et à utiliser les ressources et à gérer son temps efficacement.

Travail en équipe : participer comme membre efficace d'une équipe en coopérant avec d'autres.

Technologie : utiliser la technologie de façon efficace et pertinente.

Ces compétences développent des habiletés de base nécessaires à une transition efficace vers le marché du travail.

Les huit symboles ci-dessus indiquent aux élèves et aux accompagnateurs qu'une compétence essentielle est présente dans l'activité.

Ressources nécessaires

Pour étudier le module TOU1010 il te faudra les ressources suivantes :

- Le manuel intitulé ***Tourisme et voyages : le Canada***, édition française août 1997, écrit par Véronica Timmons et publié par Getaway Publications Inc., Vancouver.

- Un bloc-notes ou un classeur à anneaux dans lequel tu rédigeras tes réponses aux questions contenues dans ce Cahier modulaire de l'élève.

- Un magnétoscope.

- Les vidéos suivantes :

  (Étant donné que cette liste est composée de ressources en anglais, leur utilisation sera laissée à la discrétion de ton enseignant.)

  – *Alberta in All Her Majesty*, produit par Alberta Tourism

  – *Joining Alberta's Best*, une composante de la trousse *Tourism : Joining Alberta's Best*, produite par le *Alberta Tourism Education Council* et la *Tourism Industry Association of Alberta.*

  – des extraits de la série *Destination Alberta - Zones 1 to 14,* produite par Alberta Tourism (facultatif)

- Ta bibliothèque municipale et/ou les kiosques d'information touristique.

À noter : les recherches menées à l'extérieur de l'école et les rencontres avec des entrepreneurs de ta communauté représentent un élément essentiel de ce module.

Il serait utile que tu collectionnes quelques guides de voyages sur l'Alberta tels que le *Alberta Campground Guide* et le *Alberta Accommodation and Visitors' Guide*. Ceux-ci se retrouvent dans les kiosques d'information touristique.

Indices visuels

En plus des symboles des compétences de base, tu trouveras dans ce Cahier modulaire de l'élève des indices visuels qui faciliteront ton apprentissage. Ces indices t'invitent à :

lire le manuel.

faire des recherches à l'Internet, si tu y as accès.

visionner une vidéo.

Tourisme

VUE D'ENSEMBLE DU DOMAINE

Introduction	Intermédiaire	Avancé	
TOU1010 L'industrie du tourisme	TOU2010 Événements touristiques		Thème : Nature de l'industrie
TOU1020 Personnes et lieux			
TOU1030 Service de qualité à la clientèle			
TOU1040 Secteur de l'alimentation	TOU2040 Manipulation des aliments	TOU3030 Gestion du service d'alimentation	Thème : Alimentation
TOU1050 Secteur de l'hébergement	TOU2050 Réunions et congrès	TOU3040 Gestion des hôtels/motels	Thème : Hébergement
		TOU3050 Service d'hébergement spécialisés	
TOU1060 Secteur des voyages	TOU2060* Destinations touristiques 1	TOU3060 Gestion des agences de voyages	Thème : Voyages
	TOU2070 Destinations touristiques 2	TOU3070 Réservations de billets d'avion	
	TOU2080 Planification de voyages	TOU3080 Transport aérien	
		TOU3090 Transport terrestre et maritime	
TOU1070 Secteur des attractions touristiques	TOU2090* Interprétation 1	TOU3100 Gestion des entreprises de divertissement	Thème : Attractions
	TOU2100 Interprétation 2	TOU3110 Aventure et écotourisme	

* TOU2060 est un préalable de TOU2070
* TOU2090 est un préalable de TOU2100

Certains modules sont disponibles sous forme de cours pour l'enseignement à distance.

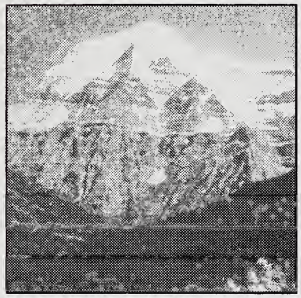
Table des matières

PRÉAMBULE 1

Évaluation 2
Quelques conseils 2

SECTION 1 : LA STRUCTURE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Activité 1 : Qu'est-ce que le tourisme? 4
Activité 2 : Les huit secteurs du tourisme 7
Activité 3 : L'organisation de l'industrie 11
Activités complémentaires 14
Aide supplémentaire 14
Enrichissement 15
Conclusion 16
Travaux pratiques 16

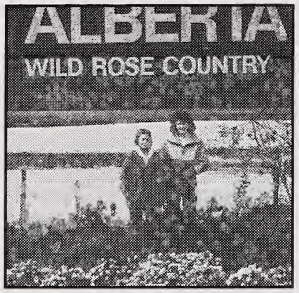


WESTFILE INC.

SECTION 2 : CE POURQUOI LES GENS VOYAGENT

Activité 1 : Le tourisme, hier et aujourd'hui 18
Activité 2 : Les motivations au voyage 22
Activité 3 : Démographie et psychographie 26
Activité 4 : La conception du questionnaire 32
Activités complémentaires 33
Aide supplémentaire 33
Enrichissement 35
Conclusion 36
Travaux pratiques 36

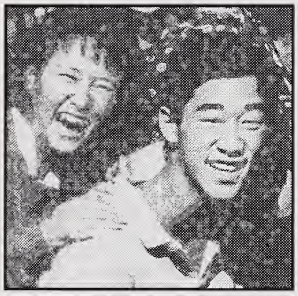
PHOTO SEARCH LTD.



SECTION 3 : LE TOURISME SUR LE PLAN LOCAL ET RÉGIONAL

Activité 1 : Le tourisme en Alberta 38
Activité 2 : L'impact du tourisme sur la société, l'économie et l'environnement 43
Activité 3 : La promotion du tourisme 48
Activités complémentaires 54
Aide supplémentaire 54
Enrichissement 56
Conclusion 58
Travaux pratiques 58

SECTION 4 : UNE CARRIÈRE EN TOURISME?


JIM WHITMER PHOTOGRAPHY

Activité 1 : Les emplois dans le domaine du tourisme 60
Activité 2 : Les qualifications personnelles 64
Activités complémentaires 67
Aide supplémentaire 67
Enrichissement 69
Conclusion 71
Travaux pratiques 71

RÉSUMÉ DU MODULE 72

Évaluation du contenu du cours

ANNEXE 73
Glossaire 74
Réponses suggérées 75

L'INDUSTRIE DU TOURISME

P R É A M B U L E

Savais-tu :

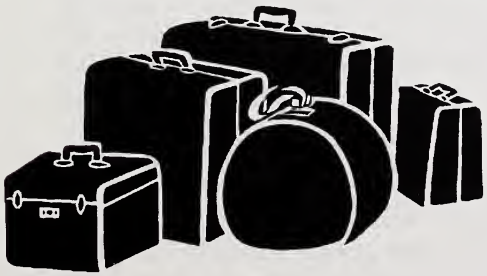
- que l'industrie du tourisme occupe le troisième rang en Alberta, tout de suite après l'industrie pétrolière et l'industrie agricole?
- qu'il y a environ 100,000 Albertains qui travaillent dans l'industrie du tourisme?
- que l'industrie du tourisme rapporte à l'Alberta plus de 2,5 milliards de dollars par an?

En Alberta, on entend beaucoup parler de l'industrie agricole et de l'industrie pétrolière, pourtant, l'industrie du tourisme est aussi l'une des plus importantes. Ce qu'il faut ajouter, c'est que l'industrie du tourisme va continuer de prendre de l'importance pendant que d'autres industries sont clairement à la baisse. Et contrairement à ce qui se passe dans d'autres industries, le tourisme ne consomme aucune ressource naturelle et de plus, il ne détruit pas l'environnement — du moins pas quand on le pratique correctement.

Si tu es à la recherche d'une carrière possible, ou si tu penses prendre un emploi qui puisse te plaire, pourquoi ne pas tenter ta chance dans le domaine de l'industrie du tourisme? C'est un domaine dans lequel il est facile de trouver de l'emploi et, si tu es prêt à travailler fort et à apprendre, tu pourras éventuellement grimper jusqu'au haut de l'échelle.

Ce module te donnera une vue d'ensemble de l'industrie du tourisme. Tu apprendras comment l'industrie est structurée et ce qui la fait fonctionner; tu prendras connaissance de ce qu'est l'industrie du tourisme en Alberta en général et dans ton coin de la province en particulier; tu feras une étude des différents emplois disponibles dans l'industrie du tourisme.

L'industrie du tourisme



Section 1 : La structure de l'industrie touristique

Section 2 : Ce pourquoi les gens voyagent

Section 3 : Le tourisme sur le plan local et régional

Section 4 : Une carrière en tourisme?

Évaluation

Le document que tu lis présentement est appelé le Cahier modulaire de l'élève. Il t'indique la procédure à suivre pour faciliter ta démarche.

Ce module, *L'industrie du tourisme*, est un cours d'un crédit, préalable à tous les autres modules du domaine de Tourisme. Ce module comprend quatre sections. Dans chaque section, ton travail est regroupé en activités. Dans les activités, tu procéderas à des lectures, on te donnera des explications et du devras répondre à des questions. Tu corrigeras les activités toi-même en utilisant l'annexe à la fin du module. Ces réponses suggérées te permettront de suivre tes progrès.

Les travaux pratiques que tu soumettras et l'examen final que tu passeras, nous permettront de te donner la note que tu mérites dans ce module. Il va sans dire que tu dois compléter le devoir dans chacune des quatre sections.

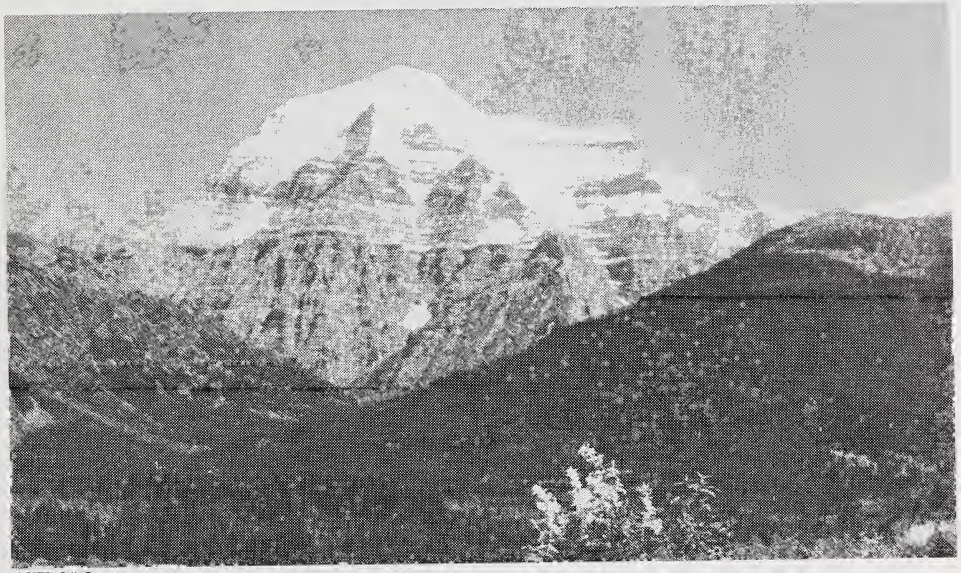
Section 1	20 points
Section 2	30 points
Section 3	35 points
Section 4	15 points
Total	100 points

Quelques conseils

Organise ton matériel et ton aire de travail avant de commencer : Cahier modulaire de l'élève, manuel, Cahier de travaux pratiques, stylos et crayons. Choisis un endroit tranquille où tu n'auras pas de distractions.

Travaille lentement et sérieusement. Lis toutes les instructions. Ne saute pas d'une section à l'autre. Donne-toi un objectif comme : « Ce matin, je vais compléter ces pages » ou bien, « Je vais travailler jusqu'à 10 h sans arrêt ». Après avoir terminé, mets ton travail de côté et révise-le avant de le soumettre à l'évaluation. Souviens-toi que la précision est essentielle dans le monde du tourisme. Des habitudes de travail bien maîtrisées te mèneront au succès en **Tourisme**.

LA STRUCTURE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE



WESTFILE INC.

Imagine que tu fais un voyage en montagne. Quels sont les services dont tu auras besoin pour que tes vacances soient agréables et que tu connaisses un minimum de confort? Restaurants? Hôtels? Terrains de camping? Boutiques de souvenirs? Épiceries? Stations-service? Musées? La descente en eaux vives? La randonnée à cheval?

On pourrait dresser une liste encore plus longue. En réalité, que tu sois un voyageur chevronné, un touriste de fin de semaine ou que tu voyages pour affaires, tu auras besoin des produits et services fournis par un vaste réseau d'entreprises qui composent ce que l'on nomme l'industrie du tourisme. Il y a en Alberta et au Canada plusieurs entreprises prêtes à répondre à tes moindres besoins.

Dans cette première section, tu apprendras à définir et à utiliser un certain nombre de termes propres à l'industrie du tourisme. Tu vas apprendre à décrire les huit secteurs qui composent l'industrie du tourisme et comment ces différents secteurs répondent aux besoins des voyageurs. Finalement, tu apprendras comment les différents paliers de gouvernement et autres organisations reliées au tourisme ont une influence sur l'industrie du tourisme.

Activité 1 : Qu'est-ce que le tourisme?

Comment pourrais-tu répondre à la question « Qu'est-ce que le **tourisme**? » Qu'est-ce que ce mot signifie pour toi?

Tourisme : le fait de visiter des lieux ou de rendre visite à des gens dans un lieu autre que celui où l'on vit habituellement. Il faut exclure les déplacements journaliers.

À vrai dire, toutes ces réponses sont acceptables. On pourrait en donner encore bien d'autres. Il faut se souvenir que le tourisme est une industrie qui comporte un vaste éventail d'activités, de services, de destinations et que pour chacun, les souvenirs et les rêves sont différents.

Revenu : gain, profit ou argent perçu.

Industrie du tourisme : terme général pour désigner les huit secteurs qui fournissent des produits et des services afin de répondre aux besoins et aux désirs des touristes.

Le tourisme rapporte des milliards en **revenu** annuel et assure des milliers d'emplois partout au Canada. Le tourisme est la troisième industrie en importance en Alberta et mérite toute ton attention si tu cherches à faire carrière dans ce domaine en pleine expansion.

Aimes-tu les voyages? Des individus provenant de tous les horizons sont attirés par les voyages et le tourisme. Pour toutes sortes de raisons qui leur sont personnelles, la plupart des gens considèrent que les voyages offrent l'occasion d'expériences nouvelles, intéressantes et même excitantes. Toutefois, si **l'industrie du tourisme** doit subvenir aux besoins de ceux qui aiment voyager, il importe que ceux qui travaillent dans l'industrie comprennent les raisons pour lesquelles les gens voyagent et ce à quoi ils s'attendent.

Touristes : les personnes qui quittent leur environnement habituel pour un séjour d'une nuit ou plus.

Il y a plusieurs types de **touristes**. Les gens voyagent pour affaires, pour le plaisir, pour l'aventure, pour des raisons éducatives ou religieuses, ou encore, tout simplement dans le but de se reposer. Peu importe les raisons, l'industrie du tourisme est là pour répondre aux besoins en services et en **installations touristiques** des voyageurs.

Installations touristiques : ensemble de produits et services offrant aux voyageurs commodité et confort.

WESTFILE INC.

Voyageur d'affaires : une personne qui voyage pour affaires et qui utilise des installations touristiques.

Touriste en voyage d'agrément : touriste qui voyage pour des raisons personnelles.

VAF : visite aux amis et aux membres de la famille.

Excursionniste : personne qui voyage pendant la journée mais rentre passer la nuit à la maison.

Voici la description de trois types de voyageurs que l'on rencontre le plus souvent :

- **Le voyageur d'affaires**, comme son nom l'indique est celui qui voyage pour affaires plutôt que pour le simple plaisir. Le voyageur d'affaires est considéré comme un véritable touriste pourvu qu'il passe au moins une nuit à l'extérieur de la maison car, comme tous les autres touristes, il a besoin des mêmes services et produits : hôtel, transport, restaurants, etc. Toutefois, comme normalement le voyageur d'affaires a un horaire plutôt chargé, il a aussi des besoins qui diffèrent de ceux des autres touristes.

- **Le touriste en voyage d'agrément**, c'est la personne à laquelle on pense quand on entend le mot *touriste*. Le touriste en voyage d'agrément, c'est celui qui voyage pour des raisons personnelles plutôt que pour affaires, mais qui passe aussi au moins une nuit loin de la maison. Les raisons personnelles pour lesquelles les gens voyagent varient énormément, qu'il s'agisse de visites à la parenté ou de pèlerinages religieux. Le plus souvent, cependant, ils voyagent pour le simple plaisir et pour voir des sites intéressants et des choses intéressantes et inusitées. La raison principale pour laquelle le touriste en voyage d'agrément voyage, c'est ce qu'on appelle dans l'industrie les **VAF**, c'est-à-dire les visites aux amis et aux membres de la famille.

- **L'excursionniste**, c'est celui qui fait un voyage de moins d'une journée et donc, dans ce sens, ce n'est pas un véritable touriste puisqu'il ne passe pas la nuit à l'extérieur de la maison. Néanmoins, ces voyageurs-là ont aussi besoin des services offerts par les entreprises touristiques : restaurants, musées, attractions diverses et finalement, la station-service.

1. a) Dresser une liste, la plus complète possible, des sites que tu as visités soit comme touriste, soit comme excursionniste. Cette liste doit aussi inclure ce que l'on nomme les VAF dans l'industrie, c'est-à-dire les visites aux amis et aux membres de la famille.

   b) Dresser maintenant la liste des principaux produits et services offerts par l'industrie du tourisme que tu utilises normalement lors de tes voyages.

2. Voici la description d'une journée typique pour un voyageur d'affaires.

PHOTO SEARCH LTD.

Michel Legrand fait un voyage d'affaires à Calgary. Il prend l'avion d'Edmonton à Calgary. Là, il prend le taxi pour se rendre à l'hôtel. Ce soir-là, installé dans sa chambre d'hôtel, il téléphone à plusieurs collègues de travail et il commande une pizza d'une pizzeria locale. Le lendemain, il se lève tôt, prend le petit déjeuner au restaurant de l'hôtel, loue une voiture et commence sa journée d'homme d'affaires. Il rend visite à plusieurs clients ou à des clients éventuels, en invite deux pour le dîner et convient d'en rencontrer un troisième plus tard à l'hôtel afin de lui fournir des renseignements supplémentaires. Le surlendemain, il fait le plein d'essence et se rend à Banff. Ayant travaillé le plus gros de la journée, il décide de se reposer une heure ou deux. Il prend le téléférique jusqu'au sommet de la montagne Sulphur. À la boutique de souvenirs, il achète un souvenir pour chacun de ses deux enfants. Avant de quitter Banff, il commande un repas à emporter dans un restaurant à service rapide. Une fois revenu à Calgary, il fait ses valises, remet la voiture à l'agence de location et se rend à l'aéroport en taxi. Son avion part pour Edmonton à 23 h.

Dresse la liste des différents établissements commerciaux et services touristiques utilisés par Michel au cours de son voyage.

Gestion de l'activité

3. Rends visite à un commerçant ou à une commerçante de ta communauté ou de ta région et demande-lui de te décrire une journée typique lorsqu'il ou elle voyage pour affaires. Dresse une liste exhaustive des entreprises fréquentées par cette personne au cours de la journée. Inscris les résultats de l'enquête dans ton carnet de notes.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 1, Activité 1.

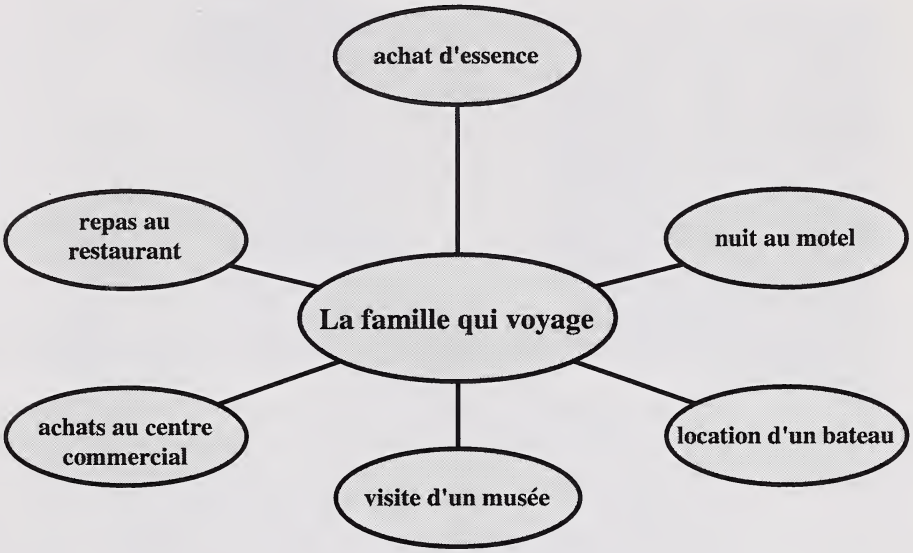
Le tourisme comprend donc un nombre d'activités différentes. Il peut s'agir tout aussi bien d'une excursion d'une journée au lac comme de véritables vacances de rêve dans un paradis tropical. L'industrie du tourisme pourvoit aux besoins des voyageurs en leur fournissant les produits et services dont ils ont besoin. La prochaine activité portera sur les structures de l'industrie du tourisme.

Activité 2 : Les huit secteurs de l'industrie du tourisme

Pense à la communauté dans laquelle tu vis. Qu'y a-t-il à voir ou à faire pour les touristes éventuels? Où peuvent-ils manger? Lorsque les gens font du tourisme, ils prennent souvent pour acquis qu'ils trouveront sur leur route : restaurants, hôtels et motels, terrains de camping, des paysages à contempler, des installations touristiques, le tout à leur goût, bien sûr. La plupart de ces installations ne sont pas le produit du pur hasard. Certaines agences gouvernementales ont prévu l'aménagement de routes touristiques, elles ont approuvé la construction de différentes installations et elles ont assuré l'accès à plusieurs installations touristiques. Les gens d'affaires ont, pour leur part, décidé où construire les établissements commerciaux nécessaires offrant des services aux touristes.

Au cours de cette activité, tu vas apprendre ce que sont les huit secteurs de l'industrie du tourisme et comment ils sont interdépendants. Tu vas aussi étudier le rôle des gouvernements dans l'industrie du tourisme et voir comment chaque palier de gouvernement travaille au développement de l'industrie du tourisme.

Consulte le diagramme qui suit. On y décrit quelques-unes des activités typiques auxquelles s'adonne une famille en voyage.

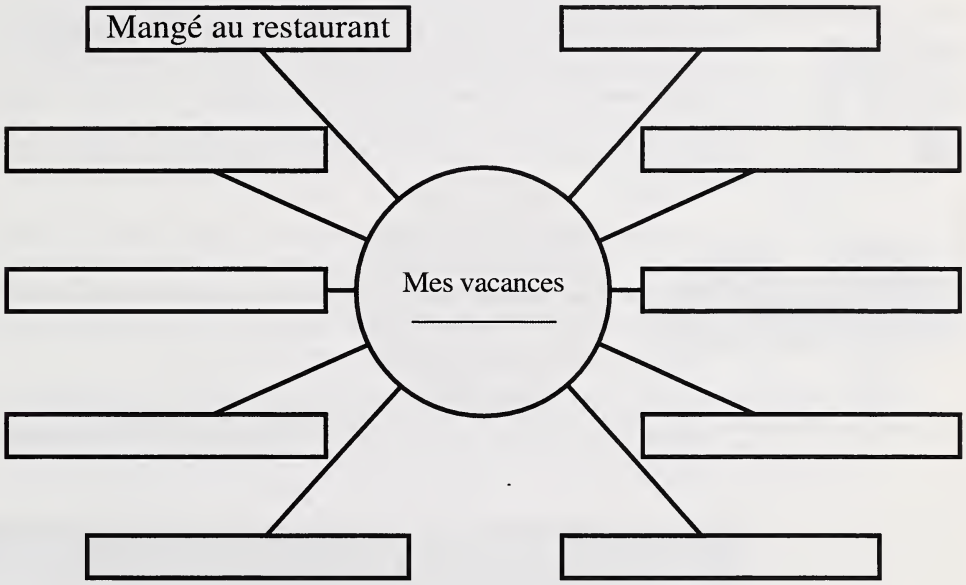


Secteurs de l'industrie : les huit catégories dans lesquelles on divise l'industrie du tourisme.

Cette famille a besoin, comme on le voit, de tout un réseau commercial pour faire un voyage agréable. L'industrie du tourisme est donc une chose fort complexe qui dépend de l'appui du secteur privé (les commerçants) et de celui des agences gouvernementales. Pour simplifier les choses, les gens d'affaires ont divisé l'industrie du tourisme en huit **secteurs**. Ces huit secteurs sont décrits dans ton manuel.

Aux pages 12 et 13 de ton manuel, *Tourisme et voyages : le Canada* tu trouveras deux diagrammes décrivant les huit secteurs de l'industrie du tourisme. Essaye de bien comprendre quels sont les services offerts dans chacun des secteurs décrits. Quand tu te sentiras prêt, réponds aux questions suivantes.

1. a) Choisis et décris un voyage parmi les voyages que tu as faits (visites d'amis ou de membres de la famille, voyage de camping, grandes vacances, etc.). Dans ton carnet de notes, fais un schéma conceptuel comme celui qui suit et dresse la liste des services touristiques que tu as utilisés pendant ton voyage. Au centre inscris ta destination. Tout autour, en utilisant autant de cases qu'il sera nécessaire, indique le plus grand nombre possible de services touristiques utilisés.



b) En utilisant ton schéma, dresse la liste des secteurs de l'industrie que tu as utilisés lors de ton voyage.

2. D'après le modèle qui suit, dresse la liste des huit secteurs de l'industrie du tourisme. Pour chacun des secteurs indique un minimum de **deux** entreprises ou organisations que l'on trouve dans ta communauté.
   a) les services de tourisme
   b) service de la restauration
   c) le tourisme d'aventure et de loisirs
   d) l'hébergement
   e) les transports
   f) l'industrie des voyages
   g) les manifestations et congrès
   h) les attractions

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 1, Activité 2.

Maintenant que tu connais chacun des huit secteurs de l'industrie du tourisme, ne fais pas l'erreur de croire qu'ils sont à ce point distincts les uns des autres, qu'ils fonctionnent indépendamment. On les divise de cette façon parce que c'est commode, mais dans la réalité ces différents secteurs dépendent les uns des autres et sont par conséquent liés les uns aux autres. Les services de transports et l'industrie des voyages, par exemple, amènent les voyageurs aux restaurants et aux motels qui leur fourniront alimentation et hébergement. Le secteur des services de tourisme, pour sa part, dirige les touristes vers les manifestations, congrès, attractions et installations touristiques qui les intéressent.

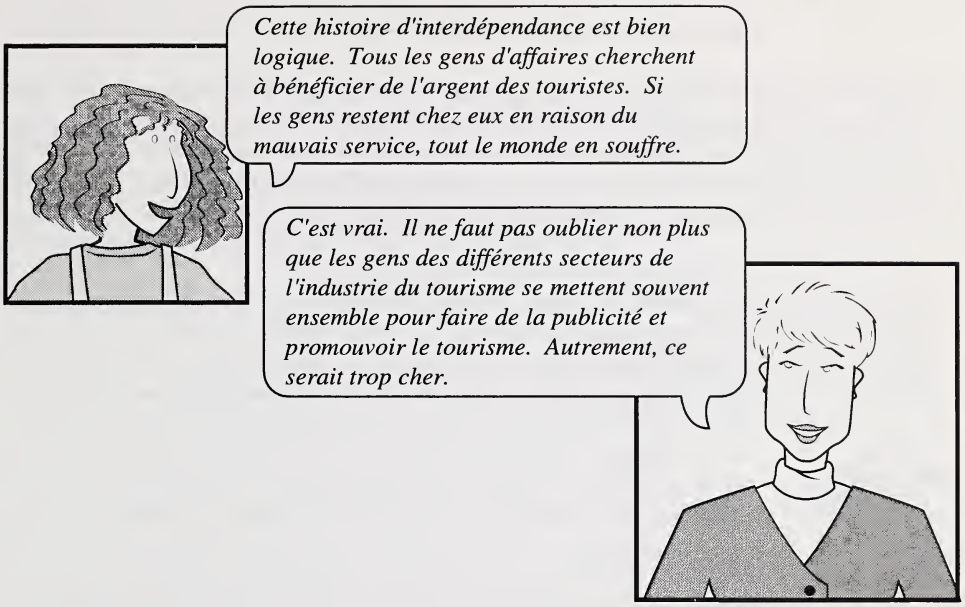
Pour avoir une meilleure idée de l'interdépendance de chacun des secteurs de l'industrie du tourisme, lis à la page 14 de ton manuel la portion consacrée aux rapports entre les différents secteurs (jusqu'au paragraphe de la page 15 intitulé *L'intégration verticale*). Prends particulièrement conscience de l'existence d'associations et de partenariats entre les différents secteurs, c'est là un élément que nous allons étudier un peu plus loin dans cette section.

Innovation

3. Tu es propriétaire d'un restaurant situé sur la grand-route, tout près d'une station-service. Malheureusement, la propriétaire de la station-service a laissé son établissement sombrer dans un délabrement tout à fait lamentable et, ce qui est pire encore, elle et ses employés ont la réputation d'être impolis à l'égard des clients. Leurs toilettes sont aussi d'une malpropreté notoire.

   Explique pourquoi tu es sans doute offusqué par cet état de choses même si ton entreprise n'appartient pas au secteur des transports auquel appartient la station-service.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 1, Activité 2.



L'industrie du tourisme, comme tu peux le voir, n'est pas une chose aussi simple qu'on le croit généralement. Non seulement l'industrie est divisée en huit secteurs distincts, mais elle implique aussi la participation de gens du secteur privé aussi bien que celle du secteur gouvernemental. C'est ce que nous allons étudier au cours de la prochaine activité.

Activité 3 : L'organisation de l'industrie

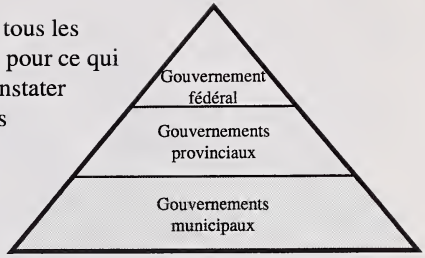
Que tu lises les journaux, que tu écoutes la radio ou que tu regardes la télévision, tu entendras parler du **secteur public** et du **secteur privé**. Le secteur public c'est le secteur gouvernemental; le secteur privé est composé d'entreprises que les gens d'affaires gèrent en fonction d'un profit éventuel, qu'il s'agisse de l'entreprise du petit vendeur de hot dogs ou d'une corporation multinationale. Comme tu le sais sans doute, le secteur public et le secteur privé jouent tous les deux un rôle dans le développement de l'industrie du tourisme et il convient de bien comprendre ce que sont chacun de ces rôles.

Secteur public : *tous les paliers de gouvernement; les organismes gouvernementaux.*

Secteur privé : *entreprises qui sont exploitées dans une économie de marché.*

Le rôle des gouvernements

Au Canada, les gouvernements sont impliqués dans tous les secteurs du monde des affaires, et cela est vrai aussi pour ce qui est de l'industrie du tourisme. Comme on peut le constater sur le schéma ci-joint, au Canada, on dénombre trois paliers de gouvernement.



Le gouvernement fédéral, bien entendu, est responsable de gouverner l'ensemble du pays alors que les gouvernements provinciaux gèrent les affaires de chacune des provinces. Le dernier palier, celui des différents gouvernements municipaux est l'affaire des différentes municipalités (villes, villages ou comtés).

Pour apprendre comment les différents paliers de gouvernement fonctionnent, lis ton manuel du haut de la page 52 jusqu'au bas de la page 62. Tu y trouveras de nombreux renseignements d'ordre technique. Étudie ces pages le plus attentivement possible. On ne s'attend pas à ce que tu apprennes par cœur tout ce qu'il y a dans ces pages. Essaye toutefois de comprendre comment fonctionnent les différents paliers de gouvernement au sein de l'industrie du tourisme. Il y a un glossaire à la fin de ton manuel, il faut que tu t'en serves au besoin.

Quand tu seras prêt, réponds aux questions suivantes sans te référer au manuel si possible.

1. Dresse une brève liste des responsabilités de chacun des paliers de gouvernement reliées à l'industrie du tourisme.

   a) le gouvernement fédéral
   b) le gouvernement provincial
   c) le gouvernement municipal

2. Sans consulter ton manuel, si possible, dresse une liste de sept ou huit types de lois et de règlements qui ont une influence sur l'industrie du tourisme. Nous avons commencé la liste dans le but de t'aider.

   - *lois sur l'obtention de permis*

3. Les pages que tu as lues démontrent comment chacun des paliers de gouvernement s'efforce de promouvoir le Canada et ses régions comme destination attrayante pour les touristes.

   a) Explique pourquoi ce genre de commercialisation est important pour l'industrie du tourisme.
   b) Explique quels sont les problèmes rencontrés par celui qui veut accroître le tourisme dans une région donnée.

4. Qu'est-ce qu'une région touristique? Comment fonctionnent les régions touristiques?

commercialisation : *la vente ou la promotion de produits et de services; la facilitation du contact entre acheteurs et vendeurs.*

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 1, Activité 3.

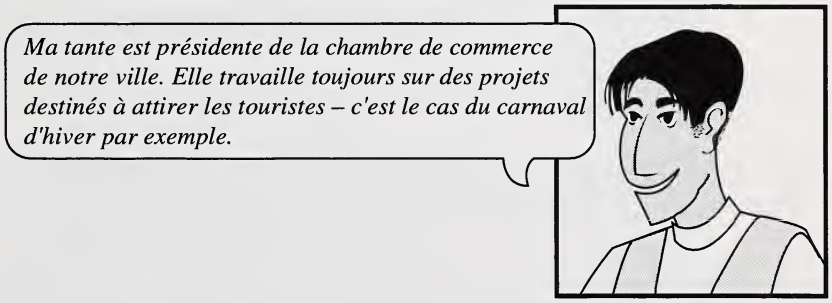
Le rôle du secteur privé

Bien que les trois paliers de gouvernement jouent un rôle important dans la réglementation et la promotion de l'industrie du tourisme, il n'en est pas moins vrai que la majorité des produits et services sont directement fournis aux touristes par des entrepreneurs du secteur privé. Le plus souvent, les aménagements et services tels que les restaurants, motels, services de location de voitures, autocars touristiques et stations-service sont le résultat d'investissements de la part de personnes ou de compagnies qui cherchent à faire des profits.

Les gens du secteur privé qui travaillent dans le domaine de l'industrie du tourisme ont aussi leurs propres agences destinées à promouvoir l'industrie du tourisme et à assurer la coordination des différents services offerts. Certaines de ces organisations sont composées de membres provenant du secteur gouvernemental aussi bien que du secteur privé alors que d'autres organisations sont strictement réservées aux entrepreneurs œuvrant dans le secteur privé.

Chambre de commerce : *association de gens d'affaires chargés de promouvoir le commerce dans la communauté.*

On retrouve ce genre d'associations liées à l'industrie du tourisme à toutes sortes de niveaux, qu'il s'agisse de la **chambre de commerce** de ta localité ou d'organisations à vocation nationale ou internationale.



Pour avoir des exemples des principales associations dans le domaine de l'industrie du tourisme, lis dans ton manuel, la section intitulée *Les associations de l'industrie du tourisme* (pages 65 à 67). Réponds ensuite à la question qui suit.

5. La section que tu viens de lire parle de quatre grandes associations parmi les plus importantes dans le domaine de l'industrie du tourisme.

   a) Explique pourquoi de telles associations existent.
   b) Parmi ces quatre associations, choisis-en **deux** et décris brièvement ce que sont leurs fonctions.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 1, Activité 3.

Organisme de réglementation : *autorité dont la fonction est d'administrer et de faire respecter un ensemble de lois et de règlements relatifs à l'industrie.*

Au cours de la deuxième activité, on a étudié quels étaient les huit secteurs de l'industrie du tourisme. Au cours de la troisième activité, on a examiné comment l'industrie était organisée et on a pris connaissance du rôle que jouent les différents niveaux de gouvernement. Dans chacun des secteurs de l'industrie du tourisme, on peut trouver des agences gouvernementales provenant souvent de plus d'un niveau, toutes occupées à assurer l'appui politique, le financement, la réglementation et la formation. Avec leurs lois, leurs **organismes de réglementation**, leurs programmes de promotion, les différents gouvernements jouent un rôle très actif dans le développement de l'industrie du tourisme.

Activités complémentaires

Si tu as eu de la difficulté à comprendre les concepts étudiés dans les activités précédentes, complète la section «Aide supplémentaire». Si tu as bien compris les concepts, fais la partie «Enrichissement».

Aide supplémentaire

L'industrie du tourisme est composée de l'ensemble des entreprises et des organisations offrant aux voyageurs leurs produits et services. L'industrie du tourisme est très importante, tant en Alberta qu'au Canada en général. C'est une industrie en pleine croissance.

Dans l'industrie du tourisme, on définit le *touriste* comme étant une personne qui voyage loin de la maison et passe au moins une nuit à l'extérieur. Cette définition inclut les touristes en voyage d'agrément — ces personnes auxquelles on pense quand on entend le mot *touriste* — et les voyageurs d'affaires — ces hommes et ces femmes qui voyagent pour affaires plutôt que pour des raisons personnelles. Si l'on accepte cette définition, il est clair que les excursionnistes — ces personnes qui ne passent pas au moins une nuit à l'extérieur de la maison quand ils voyagent — ne sont pas de véritables touristes, mais les excursionnistes utilisent quand même plusieurs produits et services offerts par l'industrie du tourisme et, pour cette raison, ils peuvent être considérés comme touristes.

L'industrie du tourisme est divisée en huit secteurs ou composantes — par exemple, on parle du secteur des transports ou du secteur de l'hébergement. Dans chacune de ces divisions, on trouve des gens qui proviennent du secteur public et d'autres du secteur privé. C'est surtout le secteur privé qui fournit les produits et services dont les touristes ont besoin, mais les gouvernements jouent aussi un rôle important en assurant la réglementation, la promotion et la coordination de l'industrie du tourisme. Dans certains cas, les gouvernements jouent un rôle direct — ce sont les gouvernements qui gèrent les parcs nationaux et provinciaux, les centres d'interprétation, les routes et les musées.

Réponds aux questions suivantes.

1. Explique la différence qu'il y a entre un touriste en voyage d'agrément et un excursionniste.

2. Explique pourquoi dans l'industrie du tourisme on considère comme touristes le voyageur d'affaires et le touriste en voyage d'agrément mais on refuse ce titre à l'excursionniste.

3. Que tu vives en ville ou à la campagne, il est probable que tu aies déjà visité un grand centre commercial. Dresse la liste des différents types de services touristiques que l'on peut généralement trouver dans un grand centre commercial.

4. Dis dans quels secteurs de l'industrie du tourisme il faut ranger les exemples qui suivent.

   a) un taxi
   b) un motel
   c) un centre d'information touristique
   d) un cabaret
   e) un guide touristique
   f) une foire ou une exposition
   g) un parc

5. En une phrase ou deux, explique quel est le rôle joué par chacun des différents paliers de gouvernement (fédéral, provincial, municipal) dans le domaine de l'industrie du tourisme.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 1, Aide supplémentaire.

Enrichissement

Fais **un** ou même **plusieurs** des exercices suivants.

1. a) Imagine que tu peux enfin avoir tes vacances rêvées. Décris ce quelles seraient, où tu irais, comment tu voyagerais et ce que tu ferais.

   b) Explique quels seraient pour toi les secteurs les plus importants de l'industrie du tourisme au cours de ces vacances de rêve. Lesquels seraient les moins importants? Pourquoi?

Innovation

2. Est-ce que tu as, au cours de tes voyages, eu une expérience désagréable qui serait la faute de l'une des entreprises liées à l'industrie du tourisme? Un mauvais repas au restaurant? Une réservation d'hôtel qui a été égarée? Si oui, dis de quoi il s'agissait et comment cela aurait pu être évité.

3. Suggère quelques améliorations que les commerçants ou les gouvernements pourraient apporter afin d'aider l'industrie du tourisme de ta région.

4. Un logo est le symbole visuel d'une organisation. Les dessins que l'on trouve sur les chandails des joueurs de hockey sont les logos de leurs clubs. Certains logos sont très simples, comme la fameuse lettre *C* des Flames de Calgary. D'autres contiennent des éléments très complexes qui reflètent quelque chose d'important au sujet de la communauté ou de l'organisation qu'ils représentent. Les armoiries de la province sont un bon exemple de logo assez complexe.

Conçois un logo pour ta communauté **ou** dessine un nouveau logo pour la province de l'Alberta qui pourrait être utilisé dans les brochures de promotion de l'industrie du tourisme. Essaye d'inclure des éléments qui reflètent la caractéristique de la région que tu veux représenter. Organise ces différents éléments d'une façon agréable et présente un dessin net.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 1, Enrichissement.

Conclusion

Au cours de cette première section, tu as commencé à examiner ce qu'est l'industrie du tourisme et à te familiariser avec la terminologie utilisée dans ce domaine. Tu as étudié les huit secteurs qui composent l'industrie et analysé dans quelle mesure ils sont interdépendants. Tu as aussi examiné les rôles que jouent les différents paliers de gouvernement dans l'industrie du tourisme. Tu as peut-être déjà commencé à réfléchir sur le rôle que joue le tourisme au niveau national, provincial et local. Tu as peut-être commencé à comprendre dans quelle mesure l'Alberta est une excellente destination pour les touristes. Tu as peut-être développé un plus grand intérêt pour le tourisme en général.

Travaux pratiques

TRAVAUX PRATIQUES

Prends ton cahier de travaux pratiques et fais le travail qui correspond à cette section.

CE POURQUOI LES GENS VOYAGENT

PHOTO SEARCH LTD.

Aimes-tu voyager? Si tu es comme la plupart des Canadiens tu auras répondu par un **oui** enthousiaste. Les gens de tout âge voyagent. Leurs raisons de voyager peuvent être différentes mais leur but est généralement le même : ils désirent avoir une expérience agréable et mémorable. C'est ce que l'industrie du tourisme s'efforce de vendre, des expériences agréables dont on aime se souvenir.

Quand les gens ont-ils commencé à voyager et pourquoi? Les gens d'aujourd'hui voyagent-ils pour les mêmes raisons? Qu'est-ce qui incite les gens à choisir une destination plutôt qu'une autre? Les gens de différents âges ont-ils des buts différents, des besoins différents, lorsqu'ils voyagent? Ceux qui travaillent dans l'industrie du tourisme doivent se poser de telles questions afin d'être prêts à répondre aux besoins de leur clientèle.

Dans cette deuxième section, tu vas donc examiner de telles questions. Quand tu auras terminé cette section, tu devrais pouvoir donner un bref historique de l'industrie du tourisme et en particulier de son développement en Alberta. Tu devrais pouvoir identifier les facteurs qui motivent les gens à voyager et pouvoir démontrer que tu as compris comment les gens de l'industrie du tourisme utilisent ces mêmes facteurs pour prévoir les besoins des touristes.

Activité 1 : Le tourisme, hier et aujourd'hui

Un bref historique du tourisme

WESTFILE INC.

Un Boeing 737 vient tout juste d'atterrir à l'aéroport international de Calgary et en l'espace de quelques minutes les passagers se retrouvent à l'intérieur de l'aérogare. Les bagages défilent sur une plate-forme mobile au milieu de la salle d'arrivée. Là, nos voyageurs retrouvent parents et amis venus les accueillir. Ces derniers avaient appris à l'écran cathodique de la salle d'attente l'heure exacte de l'arrivée de l'avion. Quelques minutes plus tard, tous quittent l'aérogare par des portes automatiques. À la sortie, ils trouveront tout de suite voitures, taxis, autocars et navettes prêts à les conduire vers leur destination finale.

Les choses n'ont pas toujours été aussi faciles et il suffit de remonter un peu dans le temps, l'espace de quelques générations, pour se faire du voyage un portrait un peu moins reluisant. Tout au cours de l'histoire, les gens ont voyagé dans des diligences tirées par des chevaux sur des routes souvent impraticables, le plus gros de l'année, à cause de la neige ou de la pluie ou de toutes autres intempéries. Il fallait beaucoup de temps pour aller d'un endroit à l'autre et c'était souvent risqué car on pouvait avoir un accident ou se retrouver face à face avec les voleurs de grands chemins. Peu de gens pouvaient se permettre de voyager et ceux qui le faisaient étaient très braves. Il est évident que les choses se sont bien améliorées depuis.

Après avoir lu le bref historique des voyages qui suit, tu répondras aux questions posées.

Il y a toujours eu des voyageurs. Dans l'Ancien Testament on décrit le voyage que les Israélites ont fait pour aller d'Égypte jusqu'en Terre promise. On retrouve sur les murs d'un temple de Louxor, en Égypte, une fresque qui dépeint une croisière faite par la reine Hatshepsut vers l'ancien pays de Punt (aujourd'hui la Somalie). Dans tous les livres d'histoire on trouve des récits de voyages, qu'il s'agisse de ceux des Vikings ou de ceux de Marco Polo ou de Christophe Colomb. On a découvert en Europe, en Afrique et en Chine des ossements de l'*Homo erectus*, ce qui prouve que les gens voyageaient même aux temps préhistoriques...

À l'époque de l'Empire romain, un riche citoyen pouvait voyager très facilement. Les Romains avaient construit un magnifique réseau de routes et tout le long de ces routes on trouvait des relais de chevaux tous les dix ou douze kilomètres. Il y avait dans tout l'empire une monnaie unique, ce qui facilitait les paiements de l'hébergement et de la restauration. Par ailleurs, et cela était bien important, la *Pax Romana*, ou la paix garantie par les Romains, assurait aux voyageurs la sécurité.

Pour que le tourisme se développe, il faut assurer l'existence de moyens de transport efficaces, la paix et la stabilité politique. Les voyages, surtout les voyages d'agrément, exigent aussi une stabilité économique, une certaine prospérité et amplement de temps pour les loisirs. Avec la chute de l'Empire romain, l'industrie du voyage connut un déclin. La classe riche avait disparu, l'état des routes s'était détérioré et on trouvait dans les campagnes brigands et voleurs.

Au Moyen Âge (c'est-à-dire de 500 à 1450 ap. J.-C.) le voyage est devenu ce qu'il est resté par la suite tout au long de l'histoire, dangereux et difficile. Voyager, c'était pire que travailler (c'est la raison pour laquelle les Anglais disent que le mot *travel* vient du mot français *travail* qui veut dire, entre autres choses, activité pénible). Les paysans refusaient de quitter leurs villages, et lorsque le clergé et les marchands avaient à voyager, ils le faisaient à pied ou dans des chariots tirés par des bœufs, sur des routes impraticables.

Ce n'est qu'avec la révolution industrielle, qui commence en Europe au milieu du dix-huitième siècle, que les voyages deviennent de nouveau une chose courante. C'est à partir de ce moment qu'on connaît une série de développements qui vont rendre les voyages plus accessibles. On pense d'abord à l'invention de la diligence, puis bien entendu à celle du bateau à vapeur et puis à celle des chemins de fer, inventions qui ont rendu les voyages plus faciles tant en Amérique du Nord qu'en Europe. En plus de ces nouveaux développements technologiques, il faut mentionner quelques changements au niveau de la société. À partir de cette époque aussi, il se développe une nouvelle classe sociale, la classe moyenne qui a plus d'argent et plus de temps à consacrer aux loisirs. Voulant échapper de temps à temps à la vie des villes, ces gens ont commencé à prendre des vacances dans des lieux de villégiature, souvent au bord de la mer.

Au vingtième siècle, avec l'arrivée de l'automobile et des autobus, il faut développer de nouvelles routes car les gens se mettent à voyager partout à travers le Canada et les États-Unis. Avec l'arrivée des premiers avions à réaction vers la fin des années cinquante, on pouvait enfin envisager un voyage rapide, économique et qui assure le confort. La traversée de l'Atlantique devenait un jeu d'enfants.

Au cours des 35 dernières années, les gens se sont mis à voyager de plus en plus. On peut expliquer cette vogue par le fait qu'il est devenu de plus en plus facile de voyager et que les conditions économiques sont des plus favorables. Anciennement, seuls les riches pouvaient voyager, mais aujourd'hui on trouve dans la plupart des classes sociales des gens qui ont assez d'argent pour pouvoir voyager. Dans la plupart des familles, il y a plus d'une personne qui travaille ce qui permet des économies suffisantes pour se payer des loisirs. Les gens ont aussi davantage le temps de voyager grâce à un système de vacances annuelles payées et de congés statutaires assez nombreux. Les gens sont aussi de plus en plus instruits, or plus les gens sont instruits, plus ils cherchent à voyager. Les gens vivent aussi de plus en plus longtemps ce qui fait que le nombre de gens à la retraite est de plus en plus grand. Les retraités ont en général beaucoup de temps libre et peuvent donc voyager à n'importe quelle période de l'année s'ils le désirent. Les Canadiens aiment voyager et considèrent souvent les voyages comme un droit. C'est pour eux une façon de bien vivre.[1]

[1] Texte traduit tiré de David W. Howell et Robert A. Ellison, *Passport: An Introduction to the Travel and Tourism Industry* (Nelson Canada. A division of Thomson Canada Limited, 1995), p. 25-26. Cité avec la permission de l'éditeur.

1. Pourquoi les voyages étaient-ils généralement réservés aux riches à l'époque de l'Empire romain?

2. Quels sont les facteurs qui expliquent qu'on a connu une reprise de l'intérêt pour le voyage depuis le milieu du dix-huitième siècle jusqu'à aujourd'hui?

3. Est-ce qu'il est vrai de dire que la plupart des Canadiens s'attendent à voyager, que c'est pour eux quelque chose de normal et d'indéniable? Explique ta réponse.

4. Consulte une personne âgée (parent, ami, voisin) et demande-lui de te décrire dans quelles conditions on voyageait quand elle était jeune.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Activité 1.

C'est surprenant d'apprendre que le mot «voyage» en anglais voulait dire à l'origine «activité pénible». Pourtant pour moi voyager est une chose agréable.

Cela ne devrait pas te surprendre puisque ce mot a été construit avec la racine du mot «travailler». Les voyages ne devaient pas être faciles à l'époque.

Le développement du tourisme en Alberta

L'histoire du tourisme au Canada, et en Alberta en particulier, remonte tout au plus au siècle dernier. À cette époque-là, le tourisme n'était pas considéré comme une industrie. Les gens voyageaient de temps en temps, voilà tout. Consulte le tableau chronologique qui suit et, quand tu seras prêt, réponds aux questions posées.

1871 — La Colombie-Britannique accepte de devenir province canadienne à condition que le gouvernement canadien construise un chemin de fer.

1885 — Le premier parc national canadien est fondé à Banff, surtout à cause des sources thermales.

Le Canadien Pacifique se met à promouvoir le tourisme dans les Rocheuses canadiennes pour s'attirer des passagers afin de défrayer une partie des coûts du chemin de fer.

1886 — Le chemin de fer est complété.

1888 — Ouverture de l'hôtel Banff Springs.

1907 — Création du parc national de Jasper.

1909 — Construction d'une route entre Calgary et Banff.

1911 — Il devient difficile de trouver de l'hébergement à Banff l'été, surtout depuis que les voitures automobiles sont admises dans le parc.

1914 — On ouvre une route qui va du sud de l'Alberta jusqu'au parc national de Waterton et en l'espace de cinq ans, le nombre de visiteurs passent de 1 200 à 15 000 annuellement.

1920 — Il y a une demande de plus en plus grande pour des terrains de camping et des lieux de villégiature. Aspen Beach, Ma-Me-O Beach et Sylvan Lake connaissent une expansion surtout parce que ces endroits longent le chemin de fer.

1923 — On ouvre à Red Deer le premier terrain de camping spécialement aménagé pour recevoir les voitures automobiles.

1926 — La compagnie Brewster inaugure un service d'autobus régulier entre Calgary et Banff. On accorde le même accès à la compagnie Greyhound.

Début 1930 — Sylvan Lake connaît la prospérité. L'hiver on y retrouve une population de 350, l'été la population passe à 10 000.

Milieu 1930 — Le développement des parcs provinciaux connaît un déclin à cause de la dépression économique.

1937 — L'Association canadienne des auberges de jeunesse joint les rangs de l'Union internationale des auberges de jeunesse ce qui ouvre les portes des auberges de l'Alberta aux voyageurs d'outremer.

1940 — La route Banff-Jasper est ouverte mais Banff demeure plus populaire. Au cours des années 1940 on met en place un comité qui tente d'encourager le gouvernement à construire de meilleures routes d'accès vers Jasper.

1943 — 20 % seulement des fermiers de la région de Red Deer/Wetaskiwin prennent des vacances annuelles. (On commence à faire de la publicité dans le but de faire passer le nombre à 60 % en 1947.)

Fin 1940 — La popularité de Banff continue d'augmenter surtout depuis qu'on permet aux hommes et aux femmes de boire ensemble dans les établissements locaux.

Années 1970 — Le boom pétrolier donne à l'Alberta une réputation internationale.

1978 — Les jeux du Commonwealth d'Edmonton confirment l'importance de l'Alberta.

1980 — L'ouverture du West Edmonton Mall ajoute à la réputation de l'Alberta.

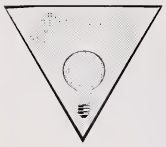
Début 1983 — Les jeux universitaires se tiennent à Edmonton.

Fin 1980 — Les fermiers de l'Alberta voyagent de moins en moins. Quelques années de sécheresse leur rappellent la grande dépression des années trente.

1988 — Tenue des Jeux olympiques d'hiver de Calgary. On accuse un revenu de plus de 2,4 milliards.

Années 1990 — L'Alberta devient de plus en plus importante sur le plan international. Ce succès est dû en partie à la présence en Alberta d'équipes sportives professionnelles réputées. Il ne faut pas non plus négliger la réputation internationale de nos universités. Ajoutons à cela que notre commerce est en pleine expansion et que l'Alberta espère encore être le site d'événements sportifs internationaux.

Innovation



5. Selon toi, pourquoi Banff était plus populaire que Jasper durant les premières années de l'industrie du tourisme au Canada?

6. Maintenant qu'on a découvert l'importance de l'Alberta sur le plan international, comment des villes comme Calgary et Edmonton peuvent-elles attirer des touristes?

7. Quelle est la destination touristique que tu préfères quand tu penses à l'Alberta? Pourquoi?

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Activité 1.

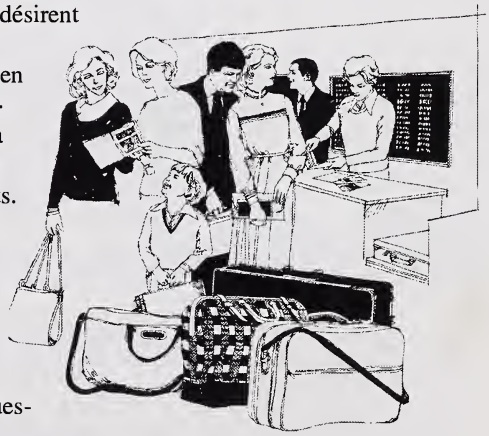
Comme tu as pu le constater, il fut un temps où le mot voyager voulait dire «activité pénible». Depuis cette époque, l'industrie du tourisme s'est débarrassée de cette image négative. Les choses ont beaucoup changé depuis que les riches Romains pouvaient voyager sans risques. Au Moyen Âge seuls les marchands et pèlerins osaient se hasarder sur les routes et au dix-huitième siècle les voyages d'agrément étaient très rares. De nos jours des masses de touristes visitent les quatre coins de la planète. En effet, aujourd'hui l'industrie du tourisme s'empresse de répondre aux besoins en constante évolution des voyageurs. Cette réussite est évidente puisque les touristes ne pensent plus aux voyages comme à une «activité pénible», mais bien plutôt comme à une récompense - et à un témoignage - de leur réussite professionnelle.

Activité 2 : Les motivations au voyage

Pourquoi les gens voyagent-ils?

Entrepreneur : toute personne qui fonde et dirige une entreprise à son propre compte et en assume les risques.

Les gens ont toutes sortes de besoins qu'ils désirent combler et heureusement pour eux ils trouveront toujours quelqu'un qui veuille bien répondre à leurs besoins. Il s'agit des **entrepreneurs**, c'est-à-dire de personnes prêtes à prendre des risques en se lançant en affaires dans le but, bien entendu, de faire des profits. Mais comment ces entrepreneurs savent-ils quels sont les produits et services dont les gens ont besoin et pour lesquels ils sont prêts à dépenser leur argent? Ils mènent des enquêtes en posant certaines questions. Dans le domaine du tourisme, par exemple, il conviendrait de répondre aux questions suivantes :



- Pourquoi les gens prennent-ils des vacances?
- Qu'est-ce qui les motive à voyager?
- Où aiment-ils aller?
- Qu'est-ce qu'ils aiment faire une fois arrivés sur place?

Pense à ces questions-là de façon personnelle.

Travail en équipe

1. a) Toi, qu'est-ce qui te motive à voyager?

   b) Demande à quelques-uns de tes amis ce qui les motive à voyager. Est-ce qu'ils voyagent pour les mêmes raisons que toi?

2. Qu'est-ce que tu aimes faire quand tu es en vacances? Sois spécifique. Il serait peut-être utile de penser en fonction de vacances d'été et de vacances d'hiver, par exemple.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Activité 2.

Générateurs de voyages : les facteurs qui incitent les gens à voyager vers une destination donnée et à y acheter les produits et services offerts par l'industrie du tourisme.

Les entrepreneurs ont intérêt à savoir sur quoi sont fondés les besoins qu'ils auront à combler, ce qui génère cette demande en produits et services de la part de leur clientèle éventuelle. Dans le domaine du tourisme, les entrepreneurs veulent savoir ce qui incite les gens à voyager (on appelle ces facteurs **générateurs de voyages**). La liste qui suit donne un bon nombre de facteurs. Est-ce que dans cette liste tu retrouves certaines raisons que tu aurais toi-même citées dans tes réponses à la question 1 ci-haut?

- l'attraction des lieux
- la culture
- des événements (sportifs ou autres)
- des activités récréatives
- le romantisme
- la paix, l'isolement, la quiétude des lieux
- le sentiment de sécurité
- le climat
- l'histoire
- les spectacles
- les centres de congrès
- l'évasion
- le plaisir
- l'aventure/le défi

Naturellement, les entrepreneurs cherchent à augmenter le nombre de générateurs dans leur région ou du moins à améliorer ceux qui sont déjà en place.

Motivation au voyage : tout facteur qui incite les gens à voyager.

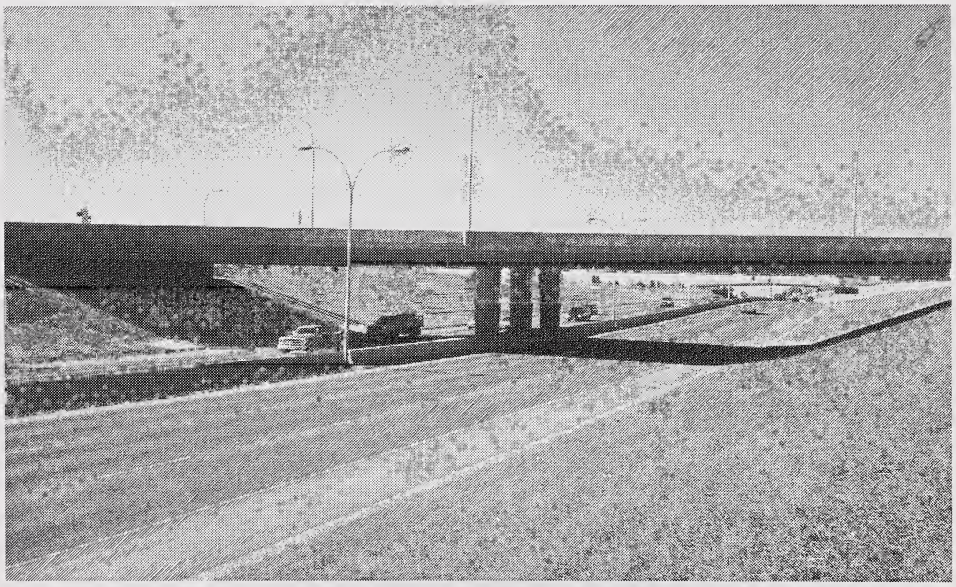
Liés aux générateurs, il y a ce qu'on appelle les **motivations au voyage**. Les motivations sont des facteurs qui incitent les gens au voyage et peuvent être internes ou externes. Parmi les motivations internes, il faut mentionner des éléments comme la personnalité, l'âge, le système de valeurs et l'éducation. Une personne de trente-cinq ans, détenant un diplôme en histoire de l'art et intéressée par le perfectionnement continu par exemple serait grandement motivée à voyager en Europe. Un jeune adolescent passionné de sports et d'aventures préférerait sans doute faire de l'escalade dans les montagnes Rocheuses de l'Alberta.

Les motivations externes sont des éléments tels que le climat, la situation politique du pays envisagé comme destination, la disponibilité de forfaits touristiques et la liste de générateurs de voyages dont on a parlé plus haut.

Il y a aussi, bien entendu, des facteurs internes et externes qui motivent les gens à ne pas voyager, et il faut que les entrepreneurs de l'industrie du tourisme connaissent ces facteurs-là également.

Les motivations au voyage et l'industrie du tourisme

Ceux qui travaillent dans l'industrie du tourisme, qu'ils soient planificateurs, promoteurs ou fournisseurs, doivent savoir ce qui crée la demande dans le domaine touristique et savoir aussi que cette demande change continuellement, ce qui fait qu'ils doivent, dans leur planification, tenir compte des besoins futurs aussi bien que des besoins présents. S'ils n'arrivent pas à prévoir les changements d'humeur et les besoins nouveaux de leurs clients, ils auront tôt fait de perdre de l'argent et certains seront peut-être même forcés de fermer leurs portes.



Infrastructure : *ensemble d'installations nécessaires à une collectivité (la voirie, les parcs de stationnement, les installations électriques ou hydrauliques, etc.).*

Superstructure : *aménagements de surface (hôtels, aéroports, gares).*

Il faut des années et des sommes d'argent considérables pour mettre en place l'**infrastructure** — c'est-à-dire tous les éléments de base sans lesquels l'industrie ne pourrait exister, le système routier, le système de distribution de l'électricité, l'approvisionnement en eau — et la **superstructure —** c'est-à-dire tout ce qui est visible pour le touriste, aéroports, restaurants, hôtels et motels. Il va de soi qu'ici aussi la loi de l'offre et de la demande entre en ligne de compte au moment de la planification.

Réponds aux questions suivantes.

3. Cite les **trois** ou **quatre** principaux générateurs de voyages dans la région que tu habites.

4. Cite au moins **trois** entreprises de ta communauté dont les directeurs ont besoin de savoir pourquoi les gens voyagent et ce qu'ils aiment faire en voyage.

5. Ayant appris ce que signifie le terme «superstructure», cite quatre aménagements de ta communauté destinés à encourager les touristes.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, section 2, Activité 2.

Pour une meilleure compréhension du rôle que jouent les motivations au voyage, consulte ton manuel intitulé *Tourisme et voyages : le Canada* (il faut lire en particulier le passage intitulé *Pourquoi les gens voyagent?* pages 32 à 37). En le lisant attentivement tu comprendras ce qui encourage les gens à voyager aussi bien que ce qui les décourage à le faire.

6. Dans la question 1, ci-haut, on te demandait de dresser une liste des facteurs qui t'incitaient à voyager. Maintenant que tu en sais plus sur les différentes motivations au voyage, voudrais-tu ajouter certains facteurs à cette liste? Lesquels?

Innovation

7. a) Quels sont les facteurs qui te découragent de voyager?
   b) Suggère quelques stratégies qui pourraient te permettre de surmonter ces difficultés.

8. Il y a trois grands facteurs qui jouent un rôle dans les décisions de voyages :

   - la situation familiale
   - le style de vie
   - le système de valeurs et les attitudes face à la vie.

Innovation

Donne, pour chacun de ces éléments, deux exemples concrets qui démontrent que cela influence les décisions que prennent les gens au moment où ils pensent à voyager. On vous suggère ici une idée pour vous aider à démarrer.

***La situation familiale** : Les grands-parents qui vivent loin de leurs enfants (une autre ville, une autre province, un autre pays) envisageront peut-être de faire un voyage afin de rendre visite à leurs enfants et petits-enfants.*

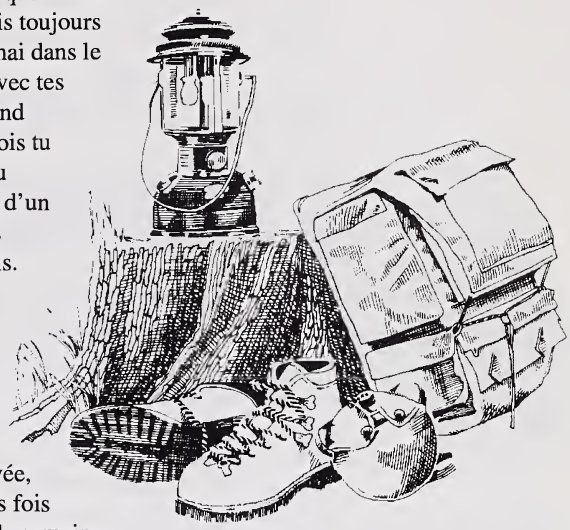
Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Activité 2.

Dans la question 8, on t'a demandé de penser au système de valeurs et aux attitudes ainsi qu'au style de vie des gens car ces facteurs-là influencent leurs décisions au moment où ils pensent à voyager. C'est ce que nous allons examiner plus attentivement au cours de la prochaine activité.

Activité 3 : Démographie et psychographie

Facteurs internes

- Tes bagages sont prêts et tu attends que tes amis passent te prendre. Jusqu'ici tu avais toujours passé la longue fin de semaine de mai dans le nord de l'Alberta où tu te rendais avec tes parents. Cette année marque un grand changement, car pour la première fois tu passeras la fin de semaine à faire du camping avec tes amis sur les rives d'un beau lac paisible de l'Alberta. Vous n'avez pas fait de projets bien précis. «Au petit bonheur la chance!»



- Tes parents prennent maintenant des mini-vacances à Las Vegas, Vancouver, Whitefish ou d'autres endroits propices à l'évasion. Maintenant que leur maison est payée, ils peuvent s'offrir ce luxe plusieurs fois chaque année. En cette longue fin de semaine de mai, ils sont à Victoria.

Ces deux scénarios sont des exemples de tendances récentes dans l'industrie du tourisme, tendances qui ne passent pas inaperçues. Les promoteurs du tourisme doivent être à l'écoute des besoins et des attentes de leurs clients éventuels. Pour mieux comprendre leurs clients, ils doivent examiner un certain nombre de facteurs, en voici quelques-uns :

- l'âge
- leur niveau de revenu
- leur situation matrimoniale ou familiale
- le sexe (masculin ou féminin)
- leur niveau de scolarité
- leur occupation.

Démographie : la classification et l'étude de la population en fonction de l'âge, du sexe, du niveau de scolarité ou du niveau de revenu.

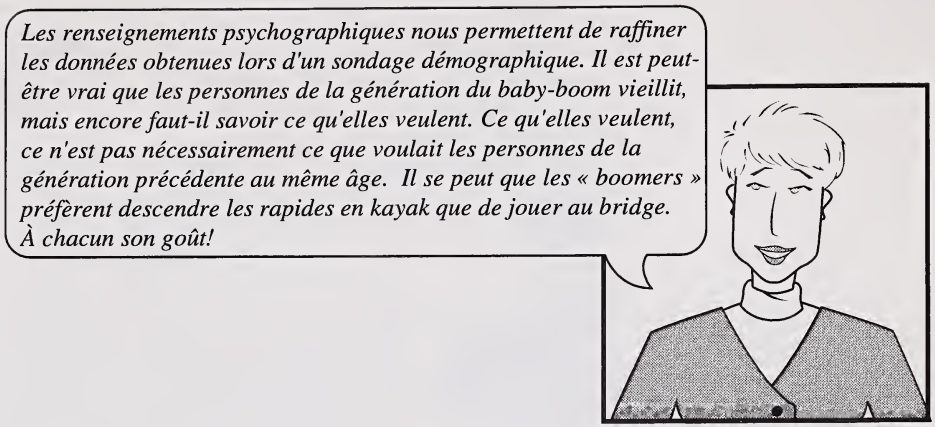
Il y a en fait tout un domaine d'études qu'on appelle la **démographie** où l'on classe les gens en fonction de critères comme ceux-là. Ces renseignements démographiques sont très importants pour tous ceux qui travaillent en tourisme car ils peuvent mieux prévoir les besoins et les attentes de leurs clients et y répondre en planifiant leurs services en conséquence.

Les démographes aiment étudier les grandes tendances qui affectent la société. Le vieillissement des membres de la génération du baby-boom — tous ces gens qui sont nés tout de suite après la Seconde Guerre mondiale — affecte le style de vie. Ces gens atteignent ou dépassent aujourd'hui la cinquantaine ce qui fait que d'ici une décennie ou deux on connaîtra une plus grande demande pour des activités plutôt calmes comme le golf ou l'observation des oiseaux. Ce qui signifie que le saut en bungee, le saut en chute libre et le parachutisme seront moins populaires pour eux. Quand on travaille dans le domaine touristique, il faut tenir compte de ces nouvelles tendances.

Psychographie : *étude de la population en fonction de ses activités, de ses champs d'intérêt et de ses opinions.*

Quand on parle de démographie, il faut aussi parler de **psychographie**. La démographie nous fournit des statistiques, c'est ainsi qu'on apprend par exemple que les gens de la ville voyagent plus que les gens de la campagne. En psychographie on s'intéresse davantage à ce que les gens pensent, font et désirent. Un sondage psychographique sera fait de questions comme celles qui suivent :

- Quand vous êtes en vacances, vous recherchez la sécurité ou l'aventure?
- Quand vous voyagez, vous préférez faire du camping ou passer la nuit au motel?
- En voyage vous préférez la cuisine rapide ou la cuisine gastronomique?
- Quand vous voyagez par avion vous choisissez la classe économique ou les services de luxe?



Voyons ce que tu as compris au sujet de la démographie et de la psychographie. Pour chacune des questions qui suivent, choisis la réponse qui convient le mieux à la personnalité et aux objectifs du voyageur.

1. Sophie est une veuve encore active, à l'aise financièrement et ayant un haut niveau de scolarité. Elle habite Calgary et souhaite partir en vacances. **Il est probable qu'elle** ...

   A. se louera une caravane motorisée et voyagera dans les Rocheuses.
   B. passera une semaine ou deux en caravane flottante (house-boat) sur le lac Shuswap en Colombie-Britannique.
   C. fera une croisière en Méditerranée.
   D. louera une voiture et voyagera le long de la côte de l'Orégon.

2. Pierre et Françoise habitent Red Deer. Ce jeune couple s'intéresse aux questions relatives à l'environnement. Pierre est étudiant et Françoise travaille dans un magasin de vêtements dans un centre commercial local. Pour leurs vacances **il est probable qu'ils** ...

   A. s'embarqueront pour une croisière en Alaska.
   B. feront du camping et des randonnées dans les Rocheuses.
   C. loueront une petite roulotte et voyageront dans le nord de la province pendant une semaine ou deux.
   D. s'achèteront une Eurailpass et feront le tour de l'Europe.

3. Paul et Marie sont propriétaires de leur propre commerce de vêtements dans une petite ville de l'Alberta. Ils font un salaire convenable pour faire vivre une famille de deux enfants, Robert, huit ans et Julie, dix ans. Cette année ils vont prendre leurs vacances familiales à Pâques. **Il est probable qu'ils** ...

   A. se rendront à Victoria par avion et visiteront les jardins Butchart et autres attractions locales.
   B. se rendront par avion en Californie, loueront une voiture et passeront quelques jours à Disneyland.
   C. feront une excursion d'une semaine dans les Rocheuses.
   D. feront un safari en Afrique.

4. Jean, qui est âgé de 30 ans, est comptable agréé. Sa femme, Monique, enseigne l'histoire à l'université. Elle est âgée de 31 ans. Cet été ils vont prendre trois semaines de vacances. **Il est probable qu'ils**...

   A. feront le tour du Canada en autobus.
   B. iront à Hawaii et se reposeront sur la plage pendant trois semaines.
   C. loueront une caravane motorisée et feront un voyage de trois semaines dans le Midwest américain.
   D. visiteront les musées et autres attractions de trois ou quatre grandes villes d'Europe.

Attention, il n'y a pas de règle stricte qui régisse la démographie, la psychographie et la motivation au voyage. Il y aura en fait toujours des exceptions aux normes. Il se peut qu'on trouve une personne de l'âge d'or qui préfère sauter en parachute plutôt que d'observer des oiseaux. En fait, il semble que les gens préfèrent rester actifs le plus longtemps possible, de nos jours. Mais le fait qu'on connaisse les tendances générales est une chose très utile si on veut prévoir ce que seront les besoins des voyageurs.

Consulte ton manuel, pour bien comprendre comment un facteur démographique comme l'âge peut affecter l'industrie du tourisme, *Tourisme et voyages : le Canada*, pages 38 à 40. Porte une attention particulière à la figure 2.6 au bas de la page 40. Quand tu auras fini, réponds aux questions suivantes.

5. L'industrie du tourisme est tributaire de la mode et des tendances. Explique comment l'industrie a été influencée ces dernières années par le fait que les gens demeurent célibataires plus longtemps ou que, s'ils se marient, ils choisissent de ne pas avoir d'enfants.

6. Les spécialistes des tendances démographiques utilisent souvent des diagrammes - tels que le diagramme à bandes de la page 39 du manuel. Quelle est la tendance représentée dans ce diagramme? Cite des chiffres spécifiques dans tes réponses.

7. Dresse la liste de **trois** choix de vacances probables pour **chacun** des groupes suivants.

   a) Quelques étudiants à l'université prennent deux semaines de congé à la fin du mois d'août avant de reprendre les cours.
   b) Une famille comprenant trois enfants prend douze jours de vacances en juillet.
   c) Une femme médecin, récemment retraitée, et son mari veulent améliorer leur connaissance du monde et de son histoire.

8. Explique comment à différentes étapes de leur vie les gens font des choix différents en ce qui concerne les voyages.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Activité 3.

Les facteurs externes

Jusqu'ici nous avons examiné la plupart des facteurs qui déterminent pourquoi, quand et où les gens voyagent. Tous ces facteurs sont internes ainsi que l'âge, le niveau de revenu, les champs d'intérêt personnels, le niveau de scolarité. Il y a aussi des facteurs externes qui jouent un rôle tout aussi important. C'est le cas de la pression des pairs, c'est-à-dire l'influence exercée par les amis ou les parents. Un des facteurs externes qui a un impact sur les décisions en matière de voyages, est la situation politique du pays de destination. La plupart des gens refusent de voyager dans des régions où la guerre et l'instabilité règnent.

En 1980 les Jeux Olympiques devaient se tenir à Moscou, capitale de l'Union Soviétique d'alors. Au cours des années précédentes on avait mis en place l'infrastructure et la superstructure nécessaires à la tenue des Jeux, on avait produit les souvenirs et on attendait un afflux de touristes et d'amateurs de sports.

Peu de temps avant le début des Jeux, l'Union Soviétique envahit l'Afghanistan, limitant les droits et libertés du peuple Afghan. Plusieurs pays ont alors menacé de boycotter les Jeux afin de démontrer leur opposition à l'intervention du pays hôte dans les affaires intérieures de l'Afghanistan. L'Union Soviétique ayant refusé de se retirer de l'Afghanistan, plusieurs pays, dont le Canada, ont dû boycotter les Jeux Olympiques de Moscou.

En effet, les Jeux Olympiques avaient pour objectifs de symboliser d'une part, le rapprochement entre les peuples et d'autre part, la poursuite de l'excellence. Or, le Canada ressentit particulièrement l'invasion de l'Afghanistan comme un affront porté à l'esprit des Jeux, puisque le pays hôte des Jeux, l'Union soviétique, était l'envahisseur. C'est la raison pour laquelle notre pays a dû boycotter les Jeux Olympiques.

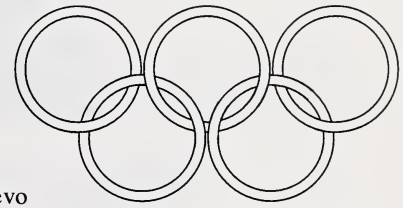
9. a) Lorsque le Canada a décidé de boycotter les Jeux Olympiques de Moscou, plusieurs athlètes canadiens ont été profondément déçus. Depuis des années ils se préparaient pour cet événement et pour la plupart d'entre eux, c'était leur dernière chance de participer aux Jeux Olympiques.

Travail en équipe

Est-ce que tu penses que le Canada a bien fait? Est-ce qu'il est légitime de mêler sports et politique de cette façon? Explique ta réponse. Si possible, discute cette question-là avec un ami, un autre élève de ta classe ou un parent.

b) En plus des athlètes, est-ce qu'il y a eu d'autres personnes qui ont souffert de ce boycottage, par un grand nombre de pays, des Jeux Olympiques de Moscou?

10. Pendant l'hiver de 1984, les Jeux Olympiques d'hiver avaient lieu à Sarajevo, en Yougoslavie. Ce fut un succès extraordinaire tant par le nombre de visiteurs que par les revenus tirés des Jeux. Les aménagements des Jeux étaient grandioses eux aussi. Cinq ans plus tard, cependant, le pays était déchiré par la guerre. Qu'est-il arrivé à l'industrie du tourisme à Sarajevo après les Jeux de 1984? Explique.

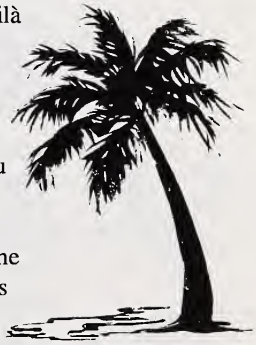


Innovation

11. Est-ce que tu connais d'autres exemples récents d'événements politiques ou d'actes de terrorisme qui auraient eu un impact sur l'industrie du tourisme? Pourrais-tu en nommer quelques-uns?

12. Dresse la liste de quelques autres facteurs externes qui affectent les décisions que prennent ceux qui veulent voyager.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Activité 3.

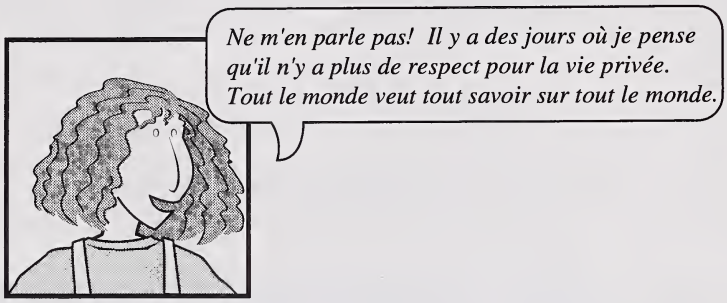


Les guerres, les actes de terrorisme, les soulèvements politiques, voilà autant de raisons pour décourager les voyageurs, car la majorité d'entre eux craignent pour leur sécurité. Toutefois, les facteurs externes positifs sont nettement plus intéressants et constituent une excellente motivation au voyage. Comment, en tant que Canadiens, ne pas être attiré l'hiver par le climat chaud de nos voisins du sud ou par les différences culturelles qu'on trouve chez eux?

Ta décision de suivre le cours de tourisme prouve que tu accordes une certaine valeur à l'éducation. Or, plus les gens sont instruits, plus ils aiment voyager. De telles tendances ne passent pas inaperçues pour les responsables de l'industrie du tourisme. Les besoins des touristes changent continuellement et il convient donc de pouvoir s'adapter à tous ces changements si on veut être en mesure de répondre aux besoins des touristes en leur procurant les produits et les services qu'ils désirent.

Activité 4 : La conception du questionnaire

Aimes-tu répondre à des questionnaires? Des fois, ça peut-être amusant, mais de nos jours on reçoit tellement de sondages et de questionnaires de toutes sortes que bien des gens finissent par en être agacés.

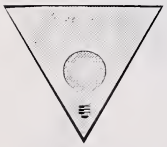


Pourquoi ce constant besoin de savoir ce que les gens aiment faire, où ils aiment aller, ce qu'ils gagnent, quel âge ils ont, combien d'enfants ont-ils? Cela n'en finit plus. On aura compris bien sûr que la réponse vient en partie du fait que les compagnies doivent savoir quelle est leur clientèle cible. Elles veulent savoir ce que les gens veulent acheter et de combien d'argent ils disposent pour ces produits. Comme on l'a vu, il y a constamment toutes sortes de changements démographiques et psychographiques et il faut donc que ces compagnies préparent régulièrement de nouveaux sondages qui leur permettront de conserver leurs données à jour, afin de pouvoir prévoir qui achètera leurs produits dans un avenir immédiat tout en cherchant à découvrir qui seront leurs futurs clients.

On peut donc facilement comprendre qu'il est important de développer certaines habiletés à préparer des sondages afin de pouvoir prévoir les besoins de l'industrie du tourisme. Ces sondages, comme les autres moyens utilisés, servent à déterminer certaines données démographiques (âge, sexe, revenu approximatif, situation familiale) et psychographiques (ce que les gens aiment faire, ce qu'ils valorisent, ce qu'ils pensent).

Certaines questions sont donc d'ordre général alors que d'autres visent à obtenir des renseignements plus précis (dans le cas d'un sondage sur le tourisme : vers quelle destination aimez-vous aller? qu'aimez-vous faire en vacances?).

Innovation

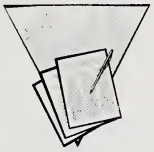


Imagine que tu travailles dans l'industrie du tourisme et que tu cherches à connaître les champs d'intérêt, les activités préférées et les opinions d'une clientèle cible du même groupe d'âge. Choisis un groupe précis, que ce soit par exemple les adolescents ou encore les personnes à la retraite.

Travail en équipe

Développe un sondage psychographique contenant au moins dix questions relatives aux activités que les gens aiment faire quand ils sont en vacances. Ensuite, demande à une dizaine de personnes qui appartiennent au groupe d'âge choisi de bien vouloir remplir le questionnaire. Fais ensuite un rapport à partir des données recueillies.

Communication



Voici quelques exemples de questions possibles :

- *Qu'est-ce qui est le plus important quand vous voyagez, le plaisir du voyage et le goût de l'aventure ou le besoin de sécurité et de confort?*
- *Est-ce que vous préférez de longues vacances (disons de plusieurs semaines) ou des vacances brèves (l'espace d'une fin de semaine)?*

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Activité 4.

Dans l'industrie du tourisme, il est essentiel de pouvoir évaluer les besoins de la clientèle. Les sondages et les questionnaires sont des instruments de recherche qui jouent un rôle décisif, puisqu'ils permettent à l'industrie du tourisme de fournir aux voyageurs les produits et les services que ceux-ci recherchent.

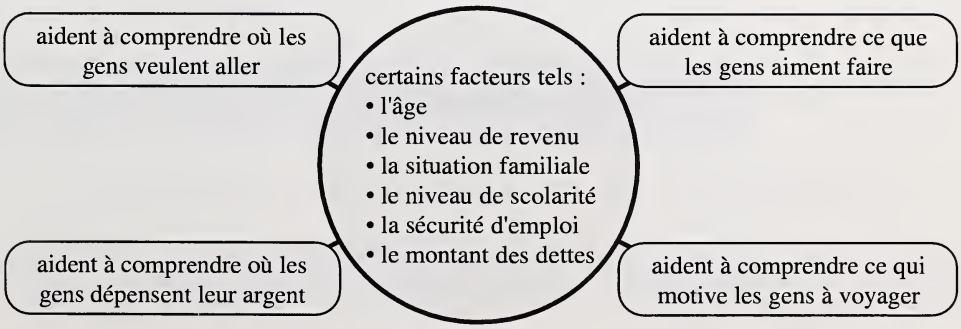
Activités complémentaires

Si tu as eu de la difficulté à comprendre les concepts étudiés dans les activités précédentes, complète la section «Aide supplémentaire». Si tu as bien compris les concepts, fais la partie «Enrichissement».

Aide supplémentaire

Dans ce chapitre nous avons commencé par une brève histoire du voyage et nous avons parlé d'une façon plus précise du développement du tourisme en Alberta. Le tableau chronologique proposé au cours de la première activité pourra t'aider à faire ici une révision.

Nous avons aussi étudié le rôle que jouent les facteurs démographiques lorsqu'il s'agit de savoir où les gens veulent aller, comment ils veulent s'y rendre et pourquoi ils veulent y aller. Le tableau qui suit montrera clairement comment ces facteurs fonctionnent :



Complète les phrases suivantes à l'aide du mot juste :

générateurs	**niveau**
voyager	**marchands**
diligence	**sondage**
superstructure	**entrepreneurs**
pèlerin	**installations**
réduits	**facteurs**
rapides	**tourisme**
internes	

Ce qui a changé les voyages à jamais est l'invention de la .....

Les motivations .....comprennent des éléments comme la personnalité, l'âge, le système de valeurs et l'éducation.

Les conflits politiques dans un pays provoquent une baisse dramatique du .....

Un des facteurs qui joue un rôle important dans les décisions de voyages est le .....de revenu.

Les ..... électriques représentent une infrastructure.

Les .....de voyages sont les facteurs qui incitent les gens à voyager.

Les ..... externes sont représentés par des éléments tels que le climat, la disponibilité des forfaits touristiques, etc.

Les .....sont des personnes qui se lancent en affaires et qui sont prêtes à prendre des risques.

Au Moyen Âge seuls les ..... et les .....osaient se hasarder sur les routes.

Un hôtel est une .....touristique.

Un .....psychographique fournit des renseignements sur les activités, les champs d'intérêt et les opinions d'un segment de la population.

La descente de ..... en kayak pourrait intéresser la génération du baby-boom.

Les billets d'avion à prix .....ont permis à plus de gens de voyager.

Il y a des facteurs qui motivent les gens à ne pas .....

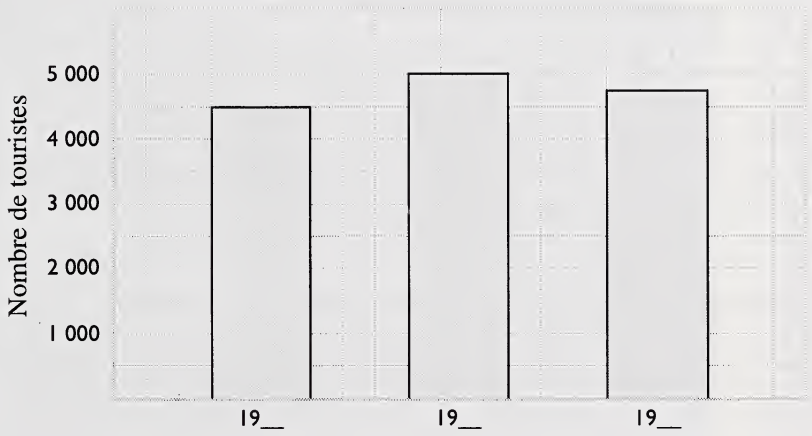
Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Aide supplémentaire.

Fais **un** ou les **deux** exercices suivants.

Gestion de l'activité

1. Rends-toi au Centre d'information touristique de ta région ou à la bibliothèque publique locale et fais une compilation du nombre de touristes qui ont visité ta région au cours des trois dernières années. Avec l'aide du personnel sur place, tu devrais pouvoir trouver les renseignements nécessaires.

   a) Fais un graphique semblable à celui qui suit. Évidemment, les chiffres pourront varier énormément compte tenu de l'importance de ta communauté.



   b) Résume en une phrase ce que ces statistiques révèlent.

Technologie

2. Rends-toi à la bibliothèque et consulte les périodiques et les journaux et/ou l'Internet. (Tu pourrais aussi chercher à l'Internet et lire par exemple l'article disponible à l'adresse suivante : http://www.plesman.com/di/9702/inter02.htm) Cherche un article où l'on discute des tendances qui ont un impact positif ou négatif sur le tourisme et où il est question de l'un ou l'autre des facteurs suivants :

   - la sécurité des touristes
   - la réduction des tarifs aériens
   - l'instabilité politique
   - la pauvreté et la maladie.

   a) Décris la tendance dont on parle dans l'article et explique comment cela a un impact sur le tourisme.

   b) Essaye de prévoir l'impact que cette tendance pourrait avoir sur le tourisme.

Gestion de l'activité

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 2, Enrichissement.

Conclusion

Il ne fait aucun doute que les voyages sont une expérience éducative, qu'il s'agisse des voyages des anciens Romains ou de ceux des touristes d'aujourd'hui. Nous avons, dans ce chapitre, donné un bref aperçu de l'histoire du tourisme et de son développement au Canada et en Alberta. Nous avons étudié quels sont les facteurs de motivation au voyage et nous avons appris que la commercialisation des produits et des services destinés aux touristes dépend d'une bonne connaissance des facteurs démographiques et psychographiques ainsi que des toutes dernières tendances en consommation. Avec une bonne compréhension de ce qui incite les gens au voyage, l'industrie du tourisme sera mieux équipée pour attirer le plus grand nombre possible de personnes. Ces mêmes personnes, par leurs achats de produits et services, assurent la prospérité de l'industrie du tourisme.

Travaux pratiques

TRAVAUX PRATIQUES

Prends ton cahier de travaux pratiques et fais le travail qui correspond à cette section.

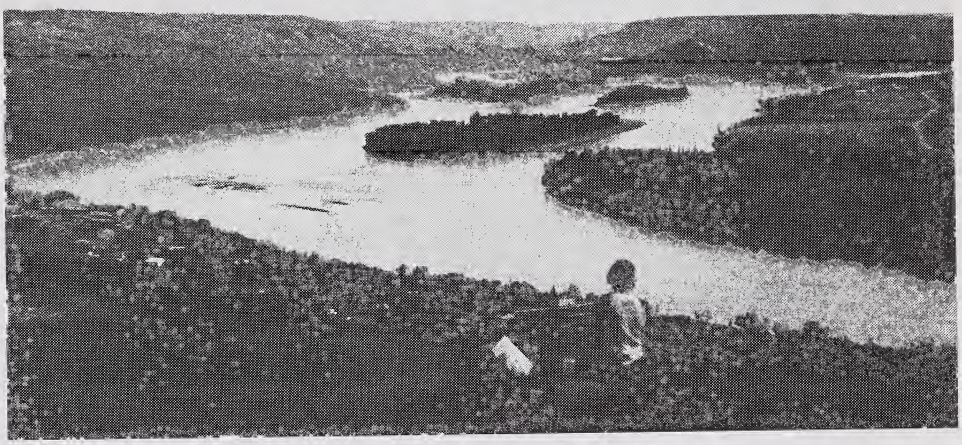
LE TOURISME SUR LE PLAN LOCAL ET RÉGIONAL

As-tu beaucoup voyagé en Alberta? Si tu as déjà eu le bonheur de parcourir une bonne partie de la province, est-ce qu'il t'est arrivé de penser au fait que le tourisme bénéficie de tout ce qui se passe dans le moindre recoin de la province? Qu'il s'agisse d'une petite station-service dans une région isolée, d'un restaurant familial dans un petit village ou de l'aéroport achalandé d'une grande ville, tous ces services sont destinés aux touristes. Bien sûr, il y a des endroits où le tourisme est mieux développé qu'ailleurs. Trop bien parfois, ce qui fait qu'en pleine saison touristique, on est en droit de se demander si le tourisme ne crée pas aussi quelques problèmes pour certaines communautés.

Nous allons examiner ce genre de questions au cours de cette troisième section. Quand tu en auras fini l'étude, tu devrais pouvoir parler des différentes régions touristiques de l'Alberta. Tu connaîtras aussi les principes de commercialisation de l'industrie du tourisme et tu seras en mesure de proposer des façons de promouvoir le tourisme dans ta communauté. Finalement, tu devrais pouvoir évaluer l'apport du tourisme dans ta région et en reconnaître les avantages et les inconvénients.

Activité 1 : Le tourisme en Alberta

Les régions de l'Alberta



Avant 1995, on parlait de quatorze régions touristiques en Alberta dont certaines avaient des noms pour le moins romantiques et hauts en couleur : la région du soleil de minuit, la région de la toute puissante rivière de la Paix. Chacune de ces quatorze régions avait sa propre association responsable de la promotion du tourisme.

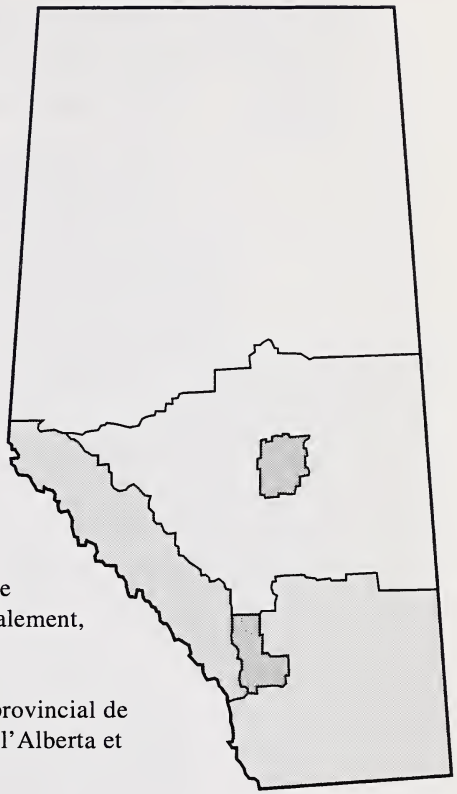
En 1995, l'Alberta Tourism Partnership (partenariat formé d'individus venant du secteur privé et du secteur public) divisait la province de l'Alberta en six régions touristiques :

- l'Alberta central
- le nord de l'Alberta
- les Rocheuses
- Calgary et sa région
- le sud de l'Alberta
- Edmonton et sa région.

Voyons maintenant ce que tu connais de la géographie de l'Alberta.

1. Fais une copie de la liste qui précède en numérotant les régions de 1 à 6. Trace ensuite la carte de l'Alberta qui suit; tu verras que l'Alberta est divisée en six régions. Place les chiffres là où on devrait les trouver sur la carte.

2. Est-ce que tu sais où sont situées les six grandes régions touristiques de l'Alberta? Les énoncés qui suivent décrivent chacune des six régions touristiques. Dans ton carnet de notes, indique à quelle région se réfère chacun des énoncés.



a) Dans cette région on peut trouver les trois choses suivantes : un œuf de Pâques géant, un village historique ukrainien et la seule ville canadienne qui se trouve dans deux provinces en même temps.

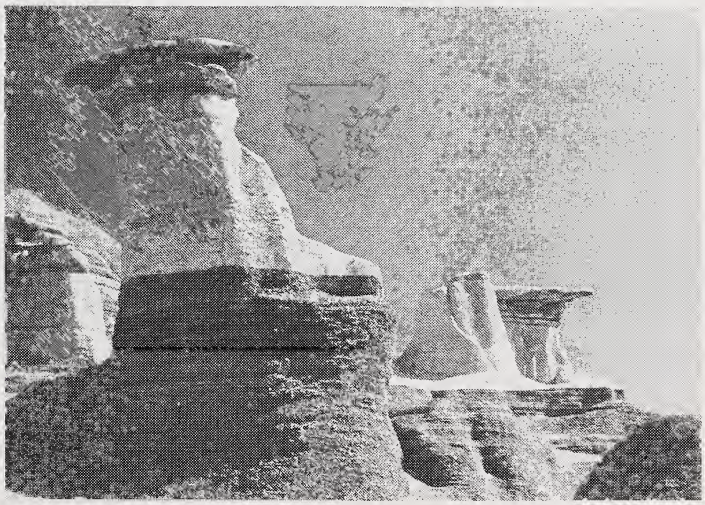
b) Dans cette région on trouve des cheminées de fées, un célèbre saut de bisons et finalement nombre de fossiles de dinosaures.

c) Ici on trouve les sables bitumineux, une région naturelle encore sauvage et, finalement, le paradis pour les pêcheurs.

d) Dans cette région on trouve le musée provincial de l'Alberta, la législature provinciale de l'Alberta et l'université de l'Alberta.

e) Parmi les endroits à visiter dans cette région, on compte le musée Glenbow, le village historique appelé Heritage Park et finalement, l'Anneau olympique.

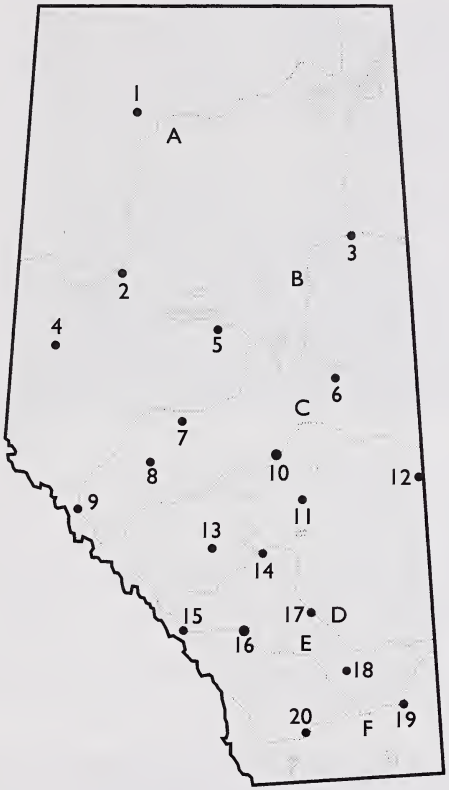
f) Parmi les attractions touristiques de cette région on compte plusieurs montagnes magnifiques, le champ de glace Columbia et quelques parcs nationaux bien connus.



WESTFILE INC.

3. Est-ce que tu sais où se trouvent les principales villes de l'Alberta? Les rivières les plus importantes? La carte qui suit montre où se trouvent 20 communautés albertaines (marquées par un chiffre) ainsi que six rivières (marquées par une lettre). Pour l'exercice suivant, tu pourras utiliser une carte de l'Alberta au besoin.

   a) Dans ton carnet de notes, dresse la liste des 20 localités mentionnées sur la carte en ayant soin d'indiquer le nom approprié à côté de chaque numéro.



Si cet exercice te paraît difficile, voici une liste des noms possibles :

- Edson
- Brooks
- High Level
- Lloydminster
- Medicine Hat
- Edmonton
- Banff
- Whitecourt
- Drumheller
- Lethbridge
- Calgary
- Fort McMurray
- Camrose
- Jasper
- Slave Lake
- Red Deer
- Grande Prairie
- Lac La Biche
- Rivière la Paix
- Rocky Mountain House

   b) Fais le même exercice, mais cette fois à côté des lettres, indique le nom de chacune des rivières.

   Encore une fois, si l'exercice te paraît difficile, consulte la liste suivante :

   - la rivière Saskatchewan Nord
   - la rivière Bow
   - la rivière Red Deer
   - la rivière de la Paix
   - la rivière Saskatchewan Sud
   - la rivière Athabasca

4. L'Alberta compte cinq parcs nationaux (cinq parcs sous le contrôle du gouvernement fédéral). Ces parcs sont indiqués sur la carte reproduite à droite. Ces parcs se nomment :

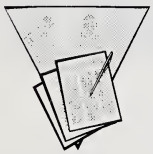
   - le parc national Jasper
   - le parc national Banff
   - le parc national Wood Buffalo
   - le parc national Elk Island
   - le parc national des Lacs-Waterton.

   Assigne à chacun des parcs une lettre allant de A à E. Trace la carte et place la lettre à l'emplacement du parc.

5. Tu participes à un programme d'échange d'élèves avec une école de l'Est canadien. Ton partenaire de l'Est n'est jamais venu dans l'Ouest auparavant. Il viendra passer deux semaines chez toi et pendant ces deux semaines-là, tu auras le temps de lui faire visiter deux des régions touristiques de l'Alberta.

   Quelles sont les deux régions que tu choisiras? Explique ton choix et dresse une liste des sites et attractions touristiques que tu aimerais que ton partenaire connaisse dans chacune de ces deux régions.

Communication



6. As-tu déjà visité l'un des parcs nationaux, ou as-tu voyagé dans une région touristique autre que celle où tu habites? Si oui, imagine que tu prépares une brochure touristique afin de promouvoir la région. En un paragraphe ou deux, décris les meilleures attractions de la région. Comme tu essayes d'attirer les touristes, utilise les termes les plus flatteurs que tu puisses imaginer.

   Si tu n'as pas beaucoup voyagé, tu connais sans doute quelques uns de ces sites (comme Banff et Jasper) à partir de lectures faites ou de présentations vues à la télévision. Prépare donc ta brochure à partir des connaissances ainsi acquises.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Activité 1.

Le tourisme local

Tu auras peut-être eu la chance de voyager un peu partout à travers la province. Tant mieux pour toi. En ce moment, toutefois, nous nous tournons vers le tourisme local.

7. Dans quelle région touristique habites-tu?

8. Dresse une liste des principaux événements, attractions touristiques, activités et aménagements qu'on trouve dans ta région. Ta réponse devrait comprendre des éléments tirés du plus grand nombre possible des huit secteurs de l'industrie du tourisme.

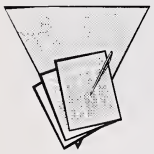
9. Imagine que tu fais partie d'une famille de touristes en visite dans ta région pour la première fois. Essaye de voir ta région à travers les yeux de ces touristes.

   a) Quelles sont les attractions les plus susceptibles de te plaire en tant que touriste?
   b) Quelles sont celles dont tu serais déçu?

Innovation

10. En tenant compte de tes réponses à la question 9, quelles sont les choses que ta communauté pourrait faire pour mieux attirer les touristes?

Communication



11. Prépare une brochure touristique visant à promouvoir la région dans laquelle tu habites. Si tu n'es pas certain de ce qu'il faut inclure ou des expressions à utiliser, consulte quelques brochures que tu pourras obtenir à la bibliothèque, au centre d'information touristique local, à la chambre de commerce ou encore auprès de quelque entreprises de ta région tel un motel ou une station-service. Si tu as accès à l'Internet, tu pourras aussi y trouver un bon nombre de sites francophones spécialisés dans le tourisme (voir la fin de la section pour des références plus précises).

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Activité 1.

L'industrie du tourisme, comme nous l'avons vu, opère à différents niveaux. Au niveau national, nous retrouvons l'Office du tourisme du Canada qui appartient au gouvernement fédéral alors que dans le secteur privé opèrent des organisations telles l'AITC — L'Association de l'industrie du tourisme du Canada.

An niveau provincial, en Alberta, il y a l'agence gouvernementale appelée Tourism Alberta et dans le secteur privé, l'Alberta Tourism Partnership.

Finalement, au niveau local, il y a les six régions touristiques, les chambres de commerce locales et d'autres associations qui sont responsables de la promotion du tourisme. En dernière analyse, il ne faut pas oublier non plus que la promotion du tourisme est aussi l'affaire de chacun des entrepreneurs œuvrant dans le domaine touristique car ce sont eux qui constituent l'armature de l'industrie du tourisme.

Activité 2 : L'impact du tourisme sur la société, l'économie et l'environnement

Imagine un site magnifique au cœur des Rocheuses canadiennes. Un panorama de montagnes à vous couper le souffle, des lacs d'un bleu-vert surprenant, des rivières encore pures et une faune sauvage déambulant dans ce paysage en toute liberté. Un jour un groupe d'explorateurs arrive sur les lieux, et y découvre de magnifiques sources d'eau chaude. Ces hommes décident de développer ce site afin d'y attirer les touristes et certains malades, car on suppose que ces eaux thermales ont des propriétés curatives.

Les années passent, et l'on trouve de plus en plus de gens qui envahissent les lieux. On y construit une ville avec ses maisons, ses boutiques et ses entreprises de tout genre. Ce site autrefois paisible bourdonne maintenant d'une activité constante. La réputation de la région ne fait que s'accroître et les gens viennent de partout pour en voir la beauté, les animaux que l'on y trouve et, bien sûr, les eaux thermales. La ville grouille d'activités touristiques. On construit de plus grands hôtels, on aménage boutiques de souvenirs, restaurants à service rapide, pentes de ski pour encourager le tourisme hivernal. La communauté prospère grâce aux revenus du tourisme et cet argent est aussitôt réinvesti dans de nouvelles installations touristiques. Le commerce est florissant et les gens viennent de partout pour profiter de cette mine d'or.

La vie n'est jamais aussi simple et bientôt quelques personnes commencent à se rendre compte que tout n'est pas aussi rose. Les animaux sauvages qui attiraient les touristes se font de plus en plus rares. Ils ont disparu dans les montagnes, à l'abri des voitures et des appareils photos. Il y a maintenant tellement de touristes et d'excursionnistes que la tranquillité des lieux est une affaire du passé. En ville, la circulation est au ralenti et sur les trottoirs les touristes se retrouvent aussi nombreux et serrés que des sardines en conserve. La vie est devenue à ce point désagréable que certains citoyens se voient obligés de décamper. Plutôt que de pouvoir respirer l'air pur, les citoyens sont maintenant forcés de respirer les gaz diesels que dégagent les gros camions venus alimenter les différentes entreprises et plutôt qu'une nature sauvage, on trouve maintenant un paysage recouvert de détritus et encombré de caravanes motorisées. Les choses se sont à tel point détériorées que les touristes eux-mêmes préfèrent maintenant prendre leurs vacances ailleurs.

L'industrie du tourisme comporte peu d'aspects négatifs. Elle n'utilise pas de ressources non-renouvelables. On ne construit pas de grandes usines polluantes. Mais l'industrie du tourisme entraîne un certain nombre d'effets sociaux et économiques dont il faut tenir compte avant de se lancer tête baissée en pleine expansion. S'il est vrai qu'une expansion des services touristiques aura pour conséquence de faire augmenter les revenus, il faut aussi comprendre que parfois, du point de vue social et environnemental, le prix à payer est trop élevé.

L'impact positif du tourisme

Dans la plupart des cas cependant, la majorité des gens sont d'accord pour affirmer que les avantages offerts par une industrie du tourisme forte dépassent de loin les inconvénients. Le principal avantage, bien entendu, c'est la prospérité économique. Pour bien comprendre où va l'argent des touristes et qui en bénéficie, lis à la page 14 de ton manuel, la section intitulée *Les fournisseurs indirects*. Consulte aussi la figure 1.6.

Comme on le voit à la figure 1.6, les huit secteurs de l'industrie du tourisme se retrouvent dans le cercle central. Les touristes dépensent directement leur argent dans chacun de ces secteurs. Mais chacune des entreprises de ces secteurs doit en retour se procurer chez des fournisseurs les produits et services à offrir à la clientèle. Il y a au centre du diagramme un cercle qui représente ces différents fournisseurs : fournisseurs aux restaurants, grossistes, etc., on parle ici de *services connexes*.

Ces grossistes doivent souvent à leur tour acheter ces produits chez des manufacturiers. Ces derniers sont représentés dans les deux cercles que l'on retrouve à l'extérieur du diagramme. Ces *fournisseurs de l'industrie* sont aussi appelés **fournisseurs indirects**.

Fournisseur indirect : entreprise qui joue un rôle dans l'industrie du tourisme en fournissant des services auxiliaires.

Étudie le diagramme attentivement et réponds aux questions suivantes.

1. Pourquoi l'industrie du tourisme peut-elle être considérée comme une industrie « propre »?

2. Explique comment les industries suivantes sont reliées à l'industrie du tourisme :

   a) les fabricants d'automobiles
   b) les maisons et les établissements d'enseignement.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Activité 2.

Effet multiplicateur : formule économique qui permet de calculer l'effet du revenu sur l'économie. À mesure que l'argent se propage dans l'économie, il crée plus de dépenses et de ventes.

As-tu déjà entendu parler de ce qu'on appelle l'**effet multiplicateur**? Si tu as déjà vu les ronds que fait un caillou que l'on jette à l'eau, ces cercles qui se multiplient par vagues depuis le point d'impact, c'est ce qu'on appelle l'effet multiplicateur. C'est le même effet qui se produit dans les entreprises liées directement ou indirectement à l'industrie du tourisme quand les touristes dépensent leur argent.

PHOTO SEARCH LTD.

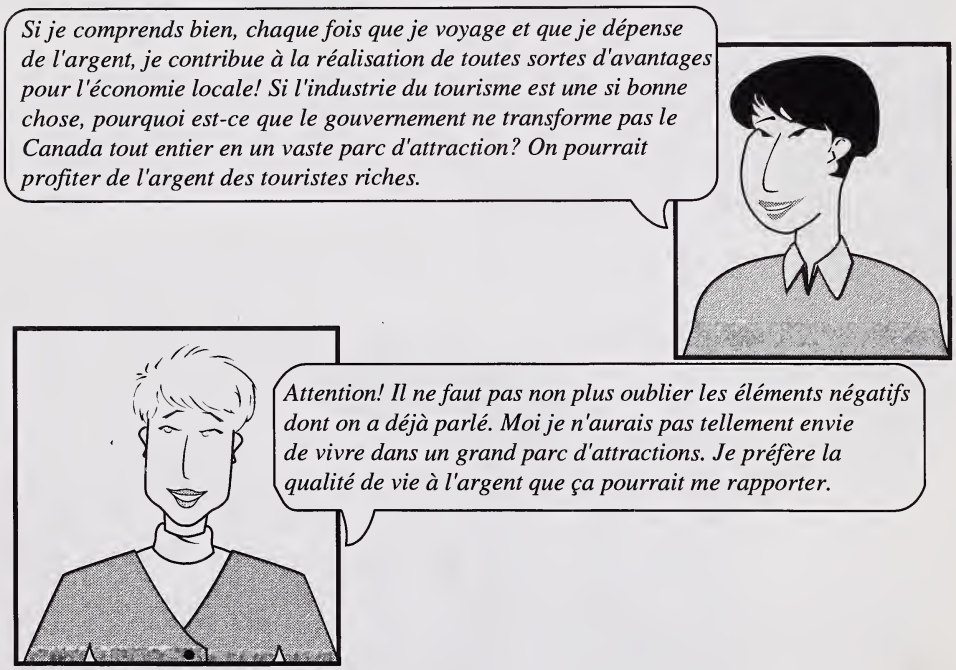
L'argent va d'abord directement dans l'un des secteurs de l'industrie du tourisme, disons à titre d'exemple, dans le service de la restauration quand quelqu'un paye son repas. Le gouvernement reçoit sa part dans les taxes perçues et avec cet argent, le gouvernement peut à son tour promouvoir l'industrie du tourisme. L'argent ainsi perçu est dit **revenu direct du tourisme**.

Revenu direct du tourisme : *argent dépensé par les touristes pour des services offerts par l'industrie du tourisme.*

Revenu indirect du tourisme : *argent reçu pour des services offerts par l'industrie du tourisme et ensuite dépensé dans d'autres entreprises de la région.*

Avec cet argent, l'entreprise en question, ce restaurant, peut embaucher du personnel, acheter de nouveaux produits à vendre, agrandir le restaurant, en ouvrir un autre ailleurs. Cet argent est donc dépensé souvent chez des fournisseurs indirects dans d'autres secteurs de l'économie. L'argent dépensé ailleurs dans la communauté comme par l'effet multiplicateur est appelé **revenu indirect du tourisme**.

Quand l'économie est en plein essor, ce genre de dépenses devient contagieux; les gens qui bénéficient de ces revenus se sentent prêts à dépenser à leur tour ce qui entraîne d'autres à dépenser à leur tour. Cet effet multiplicateur est extrêmement important pour une saine économie.



Quelques défis pour le tourisme

La description du lieu de villégiature au cœur des Rocheuses, description donnée au début de cette deuxième activité, démontre ce qui peut se produire quand on permet une surexploitation dans le domaine du tourisme. Pour mieux comprendre ce que sont les dangers et les défis auxquels l'industrie est confrontée, tu peux consulter ton manuel, *Tourisme et voyages : le Canada*, pages 22 à 25. Prête attention surtout à la figure 1.12 de la page 22 et à la figure 1.13 de la page 24. Quand tu seras prêt, réponds aux questions suivantes.

3. La figure 1.12 de la page 22 de ton manuel suggère que l'industrie du tourisme peut favoriser la diversification de l'économie. Explique ce que cela veut dire à l'aide de deux ou trois exemples concrets.

4. On dit à la page 25 de ton manuel que «Nous avons besoin de politiques et de pratiques qui favorisent le **développement durable**.»

Gestion des risques

   a) Explique ce qu'est le développement durable?

   b) Quand tu penses au développement durable, est-ce que tu considères le tourisme comme une partie du problème ou comme une partie de la solution? Explique ta réponse.

5. La ville de Sérénité, en Alberta, se trouve au bord d'un beau lac clair. Le lac contient une vie aquatique importante; on y trouve une quinzaine d'espèces protégées ou en voie d'extinction. On n'y trouve qu'un tout petit terrain de pique-nique. La petite ville compte 1 200 habitants, une station-service, un magasin général, une épicerie et quelques entreprises fournissant de l'équipement et des produits aux cultivateurs de la région.

   a) Décris quelques aspects positifs qui résulteraient de l'aménagement d'un lieu de villégiature au bord du lac.

   b) Quels en seraient les aspects négatifs?

   c) Quelles sont les installations qui seraient nécessaires pour attirer les touristes?

6. Dans ton carnet de notes prépare un tableau comportant trois colonnes titrées comme suit :

Dangers pour l'environnement	Dangers pour l'économie	Dangers pour la société

Sans consulter ton manuel essaye de dresser la liste la plus complète possible des dangers et des défis que représente le développement excessif de l'industrie du tourisme.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Activité 2.

Qu'est-ce que tu en penses? Est-ce qu'on devrait encourager le développement du tourisme de sorte que les touristes dépensent de plus en plus d'argent dans notre province? Ou est-ce que nous avons déjà suffisamment de visiteurs qui ne sont guère intéressés à protéger notre patrimoine — pensons aux cheminées de fées à Drumheller, à la beauté et à la sérénité de nos parcs en montagnes? Voilà des questions pressantes pour une industrie en pleine expansion.

Activité 3 : La promotion du tourisme

La commercialisation du tourisme

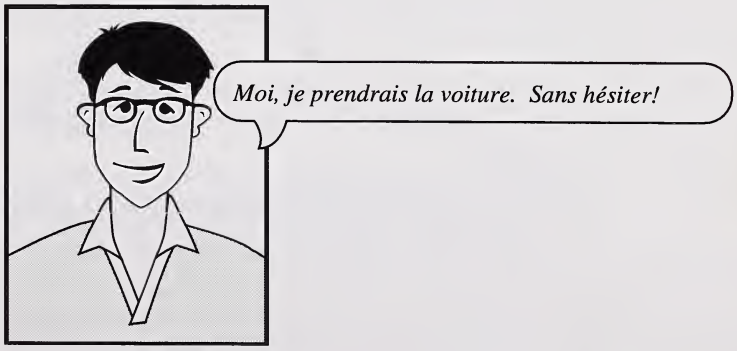
Tu viens tout juste de gagner 5 000 $ à la loterie. Ce n'est pas beaucoup mais quand même ça permet de rêver un peu. Tu as vingt ans, tu viens d'obtenir un emploi qui commence dans deux semaines et tu penses te détendre un peu avant d'entreprendre une nouvelle carrière. Que vas-tu faire avec l'argent gagné?

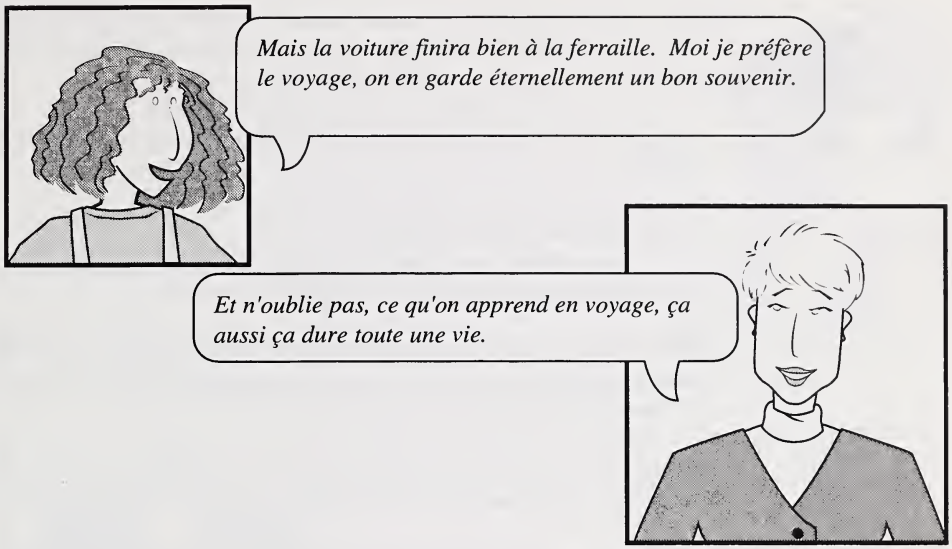
Deux choses te passent immédiatement par la tête. La première c'est l'idée de vendre ta vieille voiture pour t'en procurer une autre, d'occasion bien sûr mais quand même plus fiable que celle que tu possèdes en ce moment. L'autre idée, c'est de partir en voyage. Tu as toujours voulu voir Hawaii et maintenant tu en as les moyens grâce à la loterie.

Tu pèses le pour et le contre. Acheter une voiture sur laquelle tu pourrais compter c'est une bonne idée. Il est vrai pourtant que là où tu habites, le transport en commun est excellent. De plus, avec le travail qui commence dans deux semaines, tu pourras toujours t'acheter une voiture plus tard. Est-ce que tu devrais partir en voyage? Ce serait bien agréable, très reposant et tu en rapporterais quelques bons souvenirs et quelques photos. L'argent aura disparu. Que vas-tu faire?

Dilemme intéressant, n'est-ce pas? Bien sûr, pour celui ou celle qui travaille dans l'industrie du tourisme, la tâche est de te convaincre de partir à Hawaii.

Tu peux les comprendre j'en suis certain. La plupart des gens aiment bien voyager et passer de bonnes vacances mais ils savent que cela coûte assez cher et l'argent disparaît comme par enchantement, puis il ne reste plus que le souvenir. Par ailleurs, le vendeur de voitures te fera comprendre que la voiture c'est quelque chose de durable.





La commercialisation dans le domaine du tourisme, c'est bien différent de la commercialisation de tout autre produit. Voici à quoi on est confronté dans l'industrie du tourisme :

- Quand les gens se payent un voyage, ce qu'ils achètent c'est une expérience et non un produit concret qu'ils peuvent ramener à la maison.

- Le nombre d'installations touristiques est relativement fixe. On construit bien entendu de nouveaux hôtels, de nouveaux restaurants, mais cela demande un certain temps. Ça n'est pas comme vendre des petits pains chauds.

- Le tourisme c'est quelque chose de saisonnier. Ça ne dure souvent que quelques mois.

- Ce que l'on vend dans le tourisme, c'est souvent une «matière périssable» : ainsi, une chambre d'hôtel qui reste vide une nuit, ou un siège vacant dans un avion, ce sont des revenus perdus pour toujours.

- L'industrie est aussi soumise à des influences sur lesquelles elle n'a aucun contrôle. Comme on l'a vu au chapitre précédent, des facteurs tels que la situation politique, les tendances démographiques, le ralentissement de l'activité économique ou encore les fluctuations climatiques, voilà autant de facteurs qui ont des effets sur le tourisme.

Comme dans toute autre industrie, en tourisme, la commercialisation est cruciale. On doit promouvoir et annoncer les produits et les services. Il faut savoir ce que désirent les voyageurs éventuels et essayer de répondre à leurs besoins. Il faut ensuite les persuader d'acheter les produits et services mis à leur disposition.

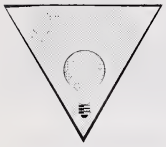
Pour en savoir davantage sur la commercialisation dans l'industrie du tourisme, tu pourras lire ton manuel, *Tourisme et voyages : le Canada*, page 41. Ensuite, réponds aux questions suivantes.

1. À la page 41 de ton manuel, tu as vu que la commercialisation implique certaines choses :

   - il faut faire de la recherche
   - il faut annoncer ses produits et services
   - il faut évaluer son plan de commercialisation.

   En une phrase ou deux, explique pourquoi chacun de ces trois facteurs est aussi important quand on envisage la commercialisation des produits et des services de l'industrie du tourisme.

Innovation



2. Explique en tes propres mots quels sont les problèmes auxquels on est confronté quand on veut promouvoir le Canada comme destination touristique.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Activité 3.

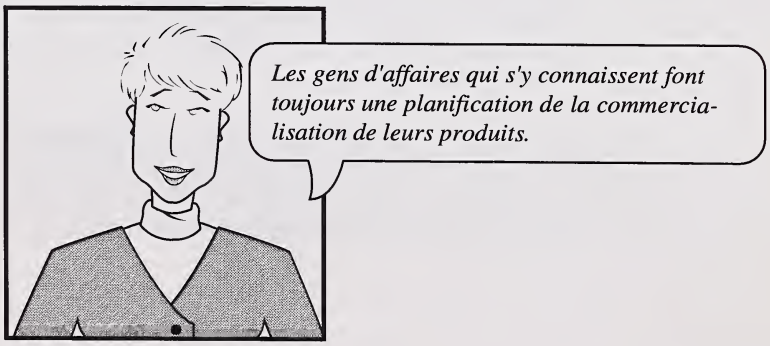
Le plan de commercialisation

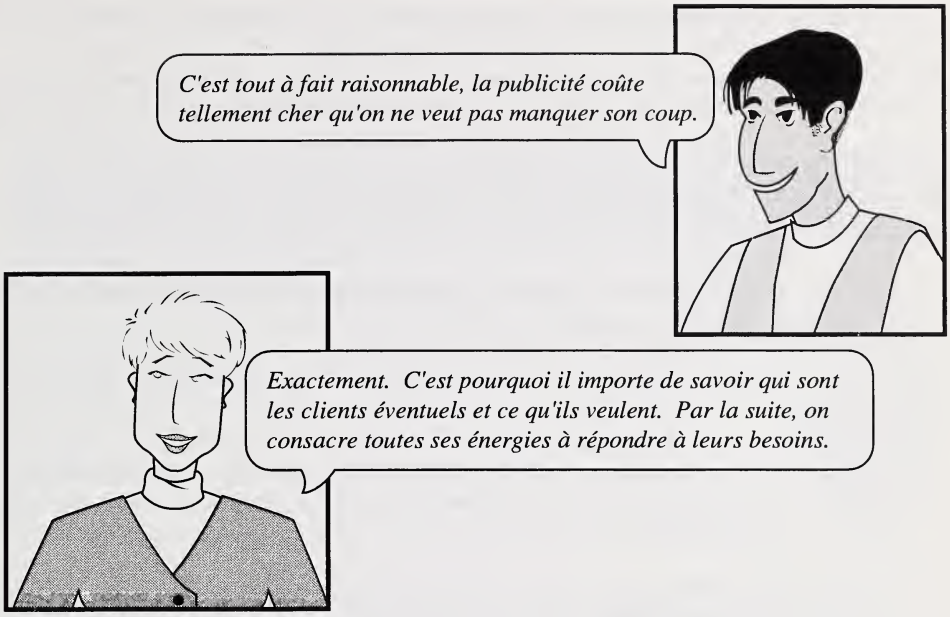
À la page 41 de ton manuel, on cite les cinq étapes à suivre en commercialisation :

- la recherche
- la planification
- la tenue d'activités de commercialisation telles que la promotion et la publicité
- le développement de systèmes de gestion de la commercialisation
- l'évaluation du plan de commercialisation.

Plan de commercialisation : *la mise en forme détaillée d'une stratégie de promotion et de vente d'un produit ou d'un service.*

Chaque fois qu'une organisation ou qu'un commerce passe par ces cinq étapes, c'est qu'elle ou qu'il développe et exécute un plan de commercialisation. Dans le monde des affaires, si on laisse la commercialisation au hasard on est, dès le départ, assuré d'un échec.





Voici plus de détails concernant les cinq étapes de la commercialisation.

Première étape : la recherche

La recherche vise à renseigner les gens d'affaires sur la clientèle qu'ils doivent desservir. Les sondages démographiques et psychographiques seront ici d'une grande utilité. Les commerçants classent souvent leur clientèle éventuelle en fonction de critères tels que l'âge, les revenus et les champs d'intérêt. C'est ce qu'on appelle la **segmentation des marchés**. Les commerçants doivent aussi se renseigner sur leurs compétiteurs.

Segmentation des marchés : *concept consistant à diviser un marché en différentes parties - habituellement en fonction des données démographiques ou psychographiques.*

Deuxième étape : la planification

Cette étape se subdivise en deux parties :

- il faut définir ses objectifs (fixer la quantité de ce qu'on cherche à vendre et à qui on veut le vendre);
- il faut ensuite assurer la promotion (en lançant une campagne publicitaire, en ayant, par exemple, des journées d'accueil, ou en donnant des billets gratuits).

Troisième étape : la commercialisation proprement dite

Au cours de cette troisième étape, il convient de mettre en pratique les plans dressés lors de la deuxième étape. On est tous conscient aujourd'hui de la masse de matériel publicitaire avec lequel nous sommes continuellement bombardé. L'univers dans lequel nous vivons est saturé de campagnes publicitaires ce qui rend la tâche plus difficile pour celui qui essaye d'attirer l'attention d'un client éventuel.

Quatrième étape : le développement de systèmes de gestion de la commercialisation

Le but de la quatrième étape est assez simple, il s'agit d'assurer une certaine continuité dans les idées. Si une compagnie annonce des tarifs réduits pour un voyage à forfait, elle doit s'assurer que tous ses employés sont au courant et qu'ils vendent le forfait au prix annoncé.

Cinquième étape : l'évaluation

Finalement, il faut évaluer les résultats du plan de commercialisation. Il est inutile, par exemple, de continuer à dépenser une fortune sur une campagne de publicité qui ne nous apporte pas la clientèle escomptée.

Innovation

3. Les apiculteurs du nord de l'Alberta ont développé un nouveau produit des plus intéressants : une sucette au miel, un vrai délice. On te demande de préparer un plan de commercialisation de ce nouveau produit. Décris ce que tu vas faire à chacune des étapes dans le développement et la mise en pratique de ton plan de commercialisation. Nous avons suggéré un plan pour la première étape, question de t'aider à démarrer.

   Première étape : Je vais préparer un sondage afin de savoir quels sont les gens qui s'intéressent à cette sucette au miel. Je vais offrir des échantillons gratuits à des personnes d'âges différents afin de savoir à quels groupes d'âge le produit convient le mieux.

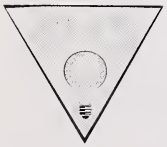
Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Activité 3.

La publicité dans un magazine n'est que l'une des formes de publicité possibles pour les associations touristiques. Il existe bien d'autres méthodes. En voici quelques-unes :

- la brochure
- le panneau-réclame
- les Pages Jaunes
- le communiqué de presse
- les présentations
- la publicité à la télévision
- l'offre de billets gratuits
- le bulletin d'information
- les ateliers
- l'excursion éducative.

La publicité, et la promotion en général, demande des habiletés particulières et une grande imagination. La créativité est l'un des éléments les plus importants pour une commercialisation réussie. Les idées innovatrices et efficaces qui facilitent la vente des produits et services relatifs à l'industrie du tourisme constituent un défi de taille.

Innovation



4. Tu es le gérant d'un hôtel de taille moyenne dans une petite ville de l'Alberta comptant environ 15 000 habitants. L'hôtel emploie 32 personnes. Tu voudrais mettre sur pied une activité estivale qui servirait à promouvoir l'hôtel aussi bien que la communauté. Tu ne sais pourtant pas par où commencer.

   a) Suggère **deux** choses que tu pourrais faire pour développer une liste d'idées d'événements ou d'activités possibles.

   b) Avec l'aide de quelques partenaires, dresse une liste de **cinq** activités ou attractions possibles pour le festival d'été.

c) Choisis **une** activité parmi celles de la liste donnée à la question b) et décris ce que tu pourrais faire pour commercialiser cette idée. Souviens-toi qu'il y a plus d'une seule façon de faire la promotion d'un événement, si on veut qu'il soit un succès. Dresse une liste de **trois ou quatre** moyens de promouvoir cette activité.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Activité 3.

On voit souvent des annonces publicitaires qui ont tendance à étirer quelque peu la vérité. Cela est parfois tout à fait évident dans le cas d'un hôtel qui annonce, par exemple, soixante-dix chambres et une piscine chauffée alors que l'hôtel n'a que cinquante-cinq chambres et la piscine n'est chauffée que par une journée ensoleillée en plein cœur de l'été!

En d'autres occasions, la chose n'est pas aussi simple à trancher. Prenons comme exemple un hôtel qui annonce des chambres à partir de 32,99 $ la nuit quand en réalité il n'y a qu'une seule chambre à ce prix-là et ce uniquement hors saison et pour une seule personne. En vérité, une famille de quatre ne pourrait pas s'installer à l'hôtel pour moins de 50 $.

Cette annonce-là ne ment pas, mais elle étire la vérité dans une certaine mesure. Dans le domaine de la publicité on trouve toujours toutes sortes d'astuces semblables. Cela n'est peut-être pas malhonnête, mais cela ne reflète pas la réalité telle que la plupart des gens la perçoive.

C'est comme ces fameuses annonces d'eau gazeuse à la télé. On vous montre un type en train de boire du Fizzy Pop et la vie vous apparaît comme une grande fête. Le type est entouré de filles et semble être aux oiseaux. Fizzy Pop ou pas, dans la vie c'est pas tout à fait comme ça.

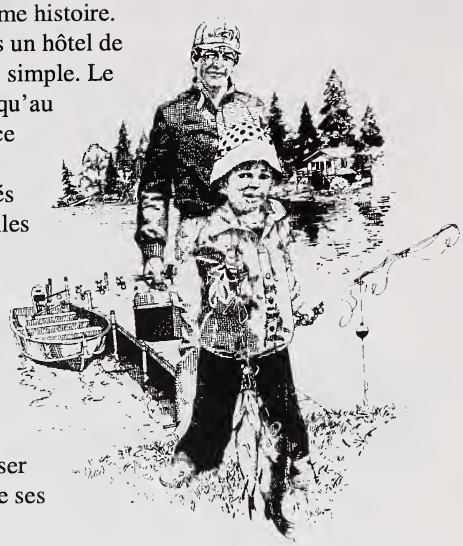
Éthique

5. Quel est ton point de vue sur l'usage de la vérité en publicité? Supposons une fois de plus que tu travailles à monter une campagne publicitaire pour promouvoir l'activité touristique décrite à la question 4. Est-ce que tu irais jusqu'à déformer la vérité dans le but d'attirer les gens? Souviens-toi qu'une campagne publicitaire réussie assure des retombées financières importantes dans la communauté et souvent crée de l'emploi.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Activité 3.

Afin de vendre des souliers, un commerçant peut faire de la publicité, préparer un étalage et encourager les clients à essayer ses souliers. Le client se fait une idée précise de ce qu'il achète et le vendeur à une réaction immédiate sur les produits qu'il vend.

Dans le domaine du tourisme, ce n'est pas la même histoire. Essayer de vendre une semaine de vacances dans un hôtel de villégiature au bord d'un beau lac n'est pas aussi simple. Le client ne peut ni toucher ni sentir le produit. Jusqu'au jour où il arrive à l'hôtel, tout ce qu'il sait c'est ce qu'il a vu en photos et lu dans la brochure. On peut lui avoir dit qu'il y a de nombreuses activités de plein air disponibles, mais il ne saura pas si elles lui plairont avant d'être sur place. Le pire c'est qu'il devra débourser une somme d'argent importante avant même de partir.



C'est certainement là un défi pour celui qui travaille dans le domaine du tourisme. Ce n'est pas un défi insurmontable, mais il faut l'approcher avec une certaine créativité et proposer des méthodes innovatrices afin d'arriver à vendre ses produits et services.

Activités complémentaires

Si tu as eu des difficultés à comprendre les concepts étudiés dans les activités précédentes, complète la section « Aide supplémentaires ». Si tu as bien compris ces concepts, fais la partie « Enrichissement ».

Aide supplémentaire

L'Alberta est divisée en six régions touristiques. Chacune de ces régions s'occupe de la promotion du tourisme dans son milieu.

1. Dans ton carnet de notes, trace une carte de l'Alberta semblable à celle qui se trouve dans l'activité n° 1. Sur la carte, inscris le nom des six régions touristiques à l'endroit approprié.

2. Sur la même carte, dessine les contours des cinq parcs nationaux que l'on trouve en Alberta. Indique leur nom.

3. Dans quelle région touristique se situe chacun des sites suivants :

   a) Red Deer
   b) Lethbridge
   c) Fort McMurray
   d) Jasper
   e) Rivière la Paix
   f) Rocky Mountain House
   g) Medicine Hat

4. Parmi les grandes rivières de l'Alberta, laquelle se trouve le plus près de chez toi?

5. On trouve cinq parcs nationaux en Alberta. Les parcs provinciaux sont évidemment beaucoup plus nombreux.

   a) Parmi les parcs provinciaux, quel est celui qui se trouve le plus près de chez toi?
   b) Quelles sont les activités disponibles dans ce parc?

6. Explique comment l'effet multiplicateur sert à répartir les revenus du tourisme dans la communauté où ces revenus sont générés. Dans ta réponse, il te faudra parler des revenus directs et des revenus indirects générés par l'industrie du tourisme.

Le tourisme est la troisième industrie en importance en Alberta. Seules l'industrie agricole et l'industrie pétrolière rapportent plus d'argent. Il importe de noter aussi que l'industrie du tourisme est une industrie «propre» en ce sens qu'elle ne pollue pas, qu'elle ne transforme pas le paysage et qu'elle n'utilise pas de ressources naturelles.

Gestion des risques

7. Bien que l'industrie du tourisme soit une industrie propre, elle n'est pas sans dangers ni défis. Imagine que tu vis dans une communauté située dans une région magnifique mais où l'écologie est en danger. Le conseil municipal, la chambre de commerce et la plupart des commerçants veulent promouvoir et développer l'industrie du tourisme sur une grande échelle. Tu n'es pas certain que ce soit une très bonne idée.

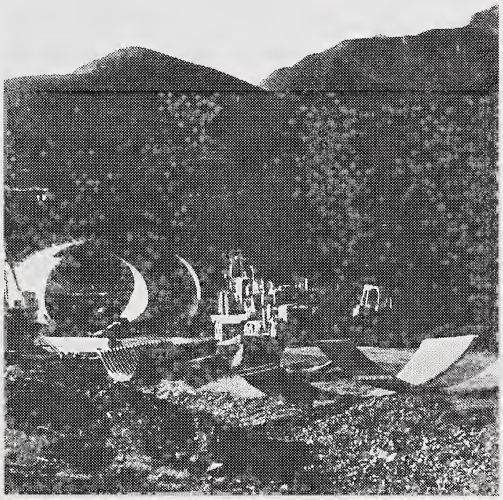
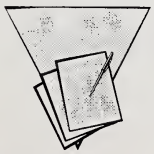


PHOTO SEARCH LTD.

Communication



Prépare un discours de deux ou trois minutes que tu présenteras lors d'une réunion du conseil municipal. Dans ton discours tu parleras de l'impact négatif que pourrait avoir le développement de l'industrie du tourisme sur la communauté. Dans ton discours tu mentionneras les effets sociaux, économiques et environnementaux de ce développement.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Aide supplémentaire.

Travail en équipe

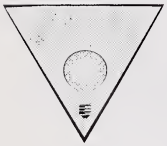
Si tu travailles avec un partenaire, vous pourriez préparer un discours chacun, représentant un point de vue opposé (pour ou contre). Si possible lisez vos discours à une troisième personne en lui demandant de choisir l'une ou l'autre des positions présentées.

La commercialisation représente un aspect important de la promotion de l'industrie du tourisme. On peut avoir le meilleur produit au monde, mais si on ne peut convaincre les gens de l'acheter, on n'accomplit rien.

8. Explique pourquoi il est important, dans l'industrie du tourisme, d'avoir un plan de commercialisation.

Fais **un** ou **plusieurs** des exercices suivants.

Innovation

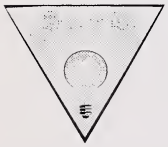


1. Supposons que tu sois un des directeurs de l'association responsable de la promotion du tourisme pour la région touristique à laquelle tu appartiens. Un groupe de commerçants locaux t'a demandé de les aider à promouvoir une manifestation sportive dans ta région pour l'été prochain. Il faudra utiliser les installations déjà en place — tu pourras choisir parmi les activités disponibles, par exemple, le cyclisme, le ski nautique, le golf, la balle molle, la pêche, les régates, le volley-ball de plage, ou encore une combinaison de ces sports ou d'autres sports.

Comment pourrais-tu aider ces commerçants à promouvoir la manifestation?

Gestion de l'activité

Innovation



2. Consulte un commerçant local pour lui demander son point de vue sur la promotion du tourisme dans la communauté. Demande-lui de te parler des aspects négatifs aussi bien que des aspects positifs.

   Quand tu interviewes les gens, n'oublie pas qu'il convient d'être poli et respectueux. Arrive avec des questions bien préparées et remercie la personne à la fin de l'entrevue. Pour des suggestions pour l'entrevue, consulte l'exercice de révision de la quatrième section.

3. Prépare une liste de règles à suivre pour les touristes qui visiteront ta région. Prépare aussi une liste de règles à suivre pour les gens de ta région, s'ils veulent attirer les touristes.

4. Dessine une grande carte de ta région touristique et inscris-y quelques-unes des principales attractions, destinations ou installations touristiques.

Technologie

5. Si tu as accès à un ordinateur branché à l'Internet, tu pourras visiter les sites relatifs au tourisme en Alberta. Nous te suggérons quelques sites ci-dessous (pourvu qu'il n'y ait pas eu de changements depuis la publication du cours). En partant de ces sites, tu pourras diriger ton exploration comme tu l'entends.

   - Travel. Org—Alberta (http://www.travel.org/alberta.html)
   - Interesting Places in Alberta (http://www.cuug.ab.ca.:8001/VT/alta–index.html)
   - Alberta Travel Center (http://www.babelfish.com/AB_Travel/trav_centers/AB_Trav_centers.html)
   - Alberta Traveller (http://www.babelfish.com/ab_travel/alberta.html)
   - Access Alberta (http://www.agt.net/public/access/accintro.htm)

Pour des recherches en français, nous te conseillons les adresses suivantes :

Un moteur de recherche francophone: Carrefour.net (http://www.carrefour.net/)

Un répertoire consacré au tourisme: (http://www.carrefour.net/repertoire/Tourisme/)

Pour le Québec: Bienvenue au Québec (http://www.tourisme.gouv.qc.ca/)

Les parcs nationaux en Alberta: (http://parkscanada.pch.gc.ca/parks/al_npf.htm)

Le guide francophone canadien
(http://www.vancouver-services.com/tourism/Canada.htm)

Généralités sur l'Alberta:
(http://www.dfait-maeci.gc.ca/francais/html/canada/10albert.htm)

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 3, Enrichissement.

Conclusion

WESTFILE INC.

L'Alberta est une province magnifique où l'on trouve une foule d'activités, de festivals, de manifestations de toutes sortes et pour tous les goûts. Au cours de cette troisième section, nous avons étudié les six différentes régions touristiques composant l'Alberta. Nous avons signalé les différents aspects négatifs et positifs affectant le milieu tant au point de vue économique que social et environnemental. Nous avons enfin étudié ce qu'il faut entendre par commercialisation et comment ces méthodes influencent l'industrie du tourisme.

Travaux pratiques

TRAVAUX PRATIQUES

Prends ton cahier de travaux pratiques et fais le travail qui correspond à cette section.

UNE CARRIÈRE EN TOURISME?

JIM WHITMER PHOTOGRAPHY

Te souviens-tu de toutes les carrières auxquelles tu as rêvé étant enfant? Astronaute? Explorateur? Mannequin? C'était agréable de t'imaginer dans tous ces rôles n'est-ce pas?

Maintenant l'heure est venue de penser sérieusement à ton avenir. Il te faudra être réaliste et te renseigner sur les différentes carrières qui t'intéressent. Si tu envisages une carrière dans le domaine du tourisme, cette quatrième section va t'apporter plusieurs renseignements utiles. Tu ne pourras probablement pas t'essayer à toutes ces carrières, dont nous allons parler mais quand tu auras complété cette section, tu seras en mesure de décrire un certain nombre de carrières et professions appartenant aux différents secteurs de l'industrie du tourisme. Tu comprendras aussi comment on se prépare à une carrière en tourisme et tu pourras évaluer tes propres compétences et tes propres habiletés pour voir si tu es taillé pour poursuivre une carrière dans ce domaine.

Activité 1 : Les emplois dans le domaine du tourisme

Différents emplois dans le domaine du tourisme

PHOTO SEARCH LTD.

Maintenant que tu commences à comprendre ce qu'est le tourisme, penses-tu que tu pourrais travailler dans ce domaine? Les possibilités sont nombreuses puisque le tourisme recoupe un très grand nombre d'entreprises et de services. On y trouve de quoi contenter les personnalités les plus diverses. En Alberta, plus de 100,000 personnes travaillent dans l'industrie du tourisme et celle-ci rapporte plus de deux milliards et demi de dollars chaque année. Certains prétendent même qu'un jour ce sera l'industrie la plus importante au monde.

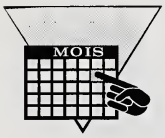
Tu auras peut-être entendu des commentaires négatifs au sujet des emplois disponibles dans l'industrie du tourisme. Au cours des dernières années, on a souvent dit que ces emplois ne sont rien de plus qu'un point de départ vers autre chose. On s'imagine souvent que les seuls emplois disponibles sont fastidieux : garer la voiture au stationnement, servir des hamburgers dans un restaurant-minute. Ces **postes de débutant** existent, on ne peut pas le cacher. Mais il y a plus que cela en tourisme.

Poste de débutant : *poste qui ne requiert aucune expérience et un minimum d'entraînement et d'aptitudes.*

De plus en plus, de nos jours, les jeunes commencent dans ces postes de débutant et s'ils persistent, ils parviennent bientôt à occuper des postes à des échelons supérieurs dans l'industrie du tourisme. Ce qu'il faut, c'est une attitude positive, une volonté d'apprendre, de la patience et de l'entregent. Avec de telles qualités, une scolarité et une formation appropriées, on se retrouve avec des postes de supervision ou de gestion.

Si tu consultes ton manuel, *Tourisme et voyages : Le Canada*, tu verras qu'à la fin de chaque chapitre, à partir du chapitre 4, on décrit les différentes carrières relatives à l'industrie dont il a été question dans le chapitre. Afin d'élargir tes connaissances sur les différentes carrières qui sont à ta disposition en tourisme, prends une demi-heure ou une heure pour consulter les pages en question. Il ne s'agit pas d'étudier et de mémoriser toutes ces pages, mais d'avoir une vue d'ensemble des différents emplois se retrouvant dans le domaine touristique. Si certains emplois t'intéressent plus que d'autres, prends le temps de bien les étudier.

Gestion de l'activité

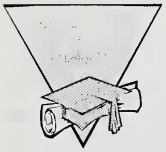


Voici les pages que tu pourras consulter :

- pages 98 à 104
- pages 128 à 135
- pages 153 à 156
- pages 159 à 166
- pages 183 à 190
- pages 211 à 214
- pages 243 à 248
- pages 266 à 268
- pages 278 à 282

Quand tu auras consulté ces pages, réponds aux questions suivantes.

Carrières



1. Identifie **deux** emplois ou carrières pour chacun des secteurs de l'industrie donnés ci-dessous. Donne une brève description de chacun des emplois choisis.

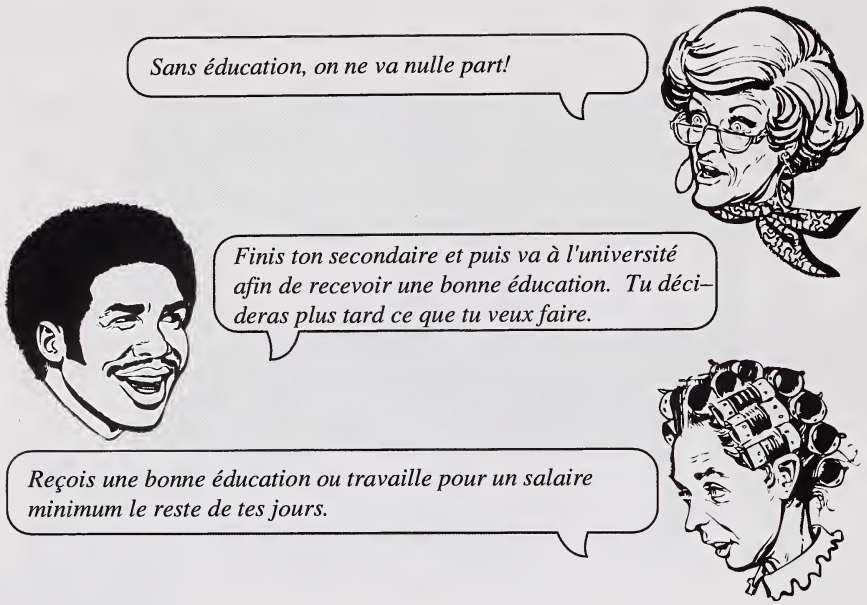
   a) Le secteur de la restauration
   b) Le secteur du tourisme d'aventure et de loisirs
   c) le secteur de l'hébergement
   d) Le secteur des transports
   e) Le secteur des attractions touristiques
   f) Le secteur du commerce des voyages

2. Quelles sont les deux ou trois carrières qui t'intéressent le plus en tourisme? Explique les raisons pour lesquelles elles t'intéressent?

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 4, Activité 1.

Comme devoir on te demandera plus tard de faire de la recherche sur **deux** carrières différentes dans deux secteurs différents de l'industrie du tourisme. Tu pourrais commencer à y réfléchir dès maintenant. En fait, tu pourrais commencer tes recherches dès maintenant si tu le veux.

Tourisme et éducation



On entend souvent de tels commentaires, mais il faut bien l'admettre, pour ceux qui quittent l'école, ces commentaires aujourd'hui s'avèrent vrais de plus en plus. On dit qu'entre 1979 et 1993, le salaire moyen des hommes n'ayant qu'un diplôme d'études secondaires a connu une baisse de 27 %. Dans une société en constante évolution, l'éducation est la clé du succès. Nous devons donc tous nous préparer pour les changements qui nous attendent. Pour mieux faire face à ces défis, il faut d'abord les comprendre, savoir d'où ils viennent et quelles sont les tendances qui nous poussent dans de nouvelles directions. L'éducation, c'est ce qui nous permet de comprendre, c'est ce qui nous prépare à développer de nouvelles idées, et finalement, c'est ce qui nous assure de pouvoir avancer plus rapidement dans la carrière choisie.

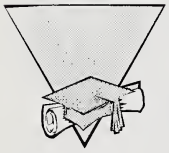
L'industrie du tourisme a reconnu que plusieurs de ses employés sont traditionnellement des débutants, non spécialisés et non qualifiés. Il faut donc leur fournir une formation, afin qu'ils puissent bien occuper leur poste et bien comprendre les autres postes connexes. Dans chacun des secteurs de l'industrie, on trouve des stages intensifs de formation. En Alberta, il existe un programme intitulé «Alberta Best».

L'objectif du programme Alberta Best est d'assurer des standards provinciaux d'excellence dans le domaine du service à la clientèle. La philosophie du programme, c'est que le service à la clientèle doit dépasser l'attente des clients dans la mesure du possible. Dans le domaine du tourisme, on souhaite que les clients soient aussi heureux que possible et qu'ils jouissent d'un maximum de confort. Ceci assure que le client ait le goût de revenir et que par une publicité de bouche à oreilles, il nous amène de nouveaux clients, ce qui en retour ne peut que générer plus de revenus pour l'industrie.

La formation du personnel demande du temps et de l'argent. Dans le domaine de l'industrie du tourisme, la pleine saison varie selon le milieu et le secteur dans lequel on se trouve. On est toujours en pleine saison quelque part et il importe donc qu'on puisse trouver du personnel qualifié. De nombreuses institutions d'enseignement postsecondaire ont compris ce besoin et offrent des certificats et des diplômes en tourisme et services d'accueil. Cela permet donc à des élèves comme toi de suivre ces cours et de recevoir des crédits conduisant au diplôme d'études secondaires. On peut ainsi choisir de se spécialiser dans des secteurs de l'industrie du tourisme parmi ceux qui nous intéressent le plus. Après avoir terminé le secondaire on peut passer au niveau collégial ou universitaire là ou on offre des programmes en tourisme ou en services d'accueil.

Après avoir consulté ton enseignant pour avoir son approbation, visionne la vidéocassette en anglais intitulée *Tourisme : Joining Alberta's Best*. Tu y trouveras plusieurs renseignements sur les nombreuses carrières possibles en tourisme et sur la formation postsecondaire offerte.
Réponds aux questions suivantes.

Carrières



3. Dresse la liste la plus complète possible des emplois qui sont cités dans la vidéo.

4. Quels sont les renseignements que tu as trouvés les plus utiles? Pourquoi?

5. D'après la vidéo, quels sont les avantages d'une carrière en tourisme?

Travail en équipe

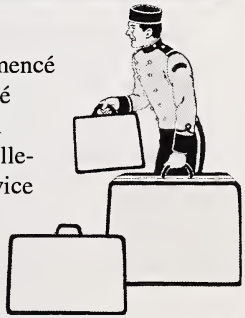
6. En te basant sur ton expérience personnelle, réponds aux questions suivantes ou discutes-en avec un autre élève de ta classe, un partenaire ou une personne-ressource dans le monde du travail.

   a) Est-ce qu'un diplôme d'études secondaires peut nous permettre d'obtenir de l'emploi dans l'industrie du tourisme?

   b) Est-ce qu'il y aurait avantage à poursuivre ses études au niveau collégial en complétant, par exemple, un diplôme en tourisme?

   c) Pourquoi est-ce qu'il est important de continuer à suivre des cours ou de s'inscrire à des ateliers de formation une fois qu'on a déjà un bon poste dans l'industrie?

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 4, Activité 1.



Plusieurs de ceux qui travaillent dans l'industrie du tourisme ont commencé par obtenir un poste de débutant; ils peuvent, par exemple, avoir débuté comme plongeur ou chasseur. De là, il faut grimper les échelons. Si on travaille dans un restaurant, on peut devenir garçon de table et éventuellement maître d'hôtel. Ce dernier poste suppose qu'on coordonne le service et supervise les serveurs.

Il est rare qu'une personne qui ait suivi cette voie parvienne beaucoup plus haut dans les échelons à moins de poursuivre sa formation en suivant des cours spécialisés. Avec un diplôme en gestion touristique, un employé pourra devenir gérant des cuisines ou du salon-bar par exemple. Avec le temps on le nommera peut-être gérant de l'équipe de jour.

On peut, bien entendu, aller encore plus loin si on le désire. Avec un peu plus d'expérience et quelques cours de gestion des affaires pris au collège ou à l'université, il est possible qu'on devienne éventuellement gérant général de l'entreprise. C'est à ce moment-là que le candidat pensera peut-être un jour à travailler à son propre compte et à avoir son propre restaurant. Si cette personne préfère rester à l'emploi de la compagnie, avec un peu d'enthousiasme et d'entrain ainsi qu'une volonté de continuer à apprendre, elle pourra être nommée directrice générale d'une chaîne de restaurants. Dans l'industrie du tourisme, les chances d'avancement sont grandes pour celui qui a de la volonté et qui sait relever les défis.

Activité 2 : Les qualifications personnelles

Est-ce que tu as les aptitudes et les qualifications nécessaires pour entreprendre une carrière en tourisme?

Tu trouveras ci-dessous une liste de quinze commentaires affirmatifs importants pour celui qui veut travailler dans l'industrie du tourisme. Dans ton propre cahier, dresse une liste des numéros un à quinze et coche les numéros des commentaires qui s'appliquent à ton cas.

_____ 1. J'aime la variété.

_____ 2. Je suis flexible quant aux heures de travail et suis prêt à travailler en tout temps.

_____ 3. J'aime travailler avec le public.

_____ 4. Je suis fier de mon travail et n'essaye jamais de couper au plus court.

_____ 5. Je suis doué d'aptitudes diverses et je peux travailler à différents emplois.

_____ 6. Je m'entends bien avec tout le monde et je sais bien suivre les directives qu'on me donne.

_____ 7. Je communique bien avec les autres.

_____ 8. Je suis bien organisé.

_____ 9. Je sais planifier mon travail et poursuivre des objectifs.

_____ 10. Je suis enthousiaste.

_____ 11. Je suis déterminé à toujours faire de mon mieux.

_____ 12. J'ai des aptitudes pour la direction et je veux de l'avancement au travail.

_____ 13. Je sais comment bien travailler en équipe.

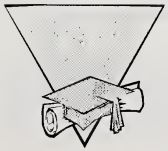
_____ 14. J'ai une attitude positive.

_____ 15. Je sais prendre les suggestions comme un encouragement constructif pour m'améliorer plutôt que comme une critique négative de mes propres aptitudes.

Si tu as coché les quinze commentaires qui précèdent, ton potentiel de succès dans l'industrie du tourisme est énorme. Si tu as coché dix fois ou plus, tes chances de succès sont grandes; tu auras peut-être à acquérir certaines aptitudes, mais tu sembles être un excellent candidat. Si tu as coché moins que dix fois, le travail direct avec le client de l'industrie du tourisme n'est pas pour toi. Du moins pas en ce moment. Tu pourrais toujours occuper un poste où le contact direct avec le client est plutôt rare. L'entregent c'est quelque chose qui vient parfois avec le temps et l'expérience.

Afin d'en apprendre davantage sur les aptitudes, valeurs et attitudes qu'il faut posséder si l'on veut travailler dans l'industrie du tourisme, et pour mieux juger de tes propres aptitudes à travailler en ce domaine, lis les pages 287 à 292 de ton manuel, *Tourisme et voyages : le Canada*. Quand tu auras fini, réponds aux questions suivantes.

Carrières



1. a) Selon le diagramme de la page 288, quelle est l'industrie qui connaît la plus grande expansion en ce moment compte tenu du nombre de personnes employées?

   b) Quelle est l'industrie qui connaît le moins d'expansion sur le plan des emplois?

2. a) Qu'est-ce qui t'attire le plus dans une carrière en tourisme?

   b) Qu'est-ce qui t'attire le moins?

3. Ton manuel parle «d'une attitude positive à vouloir servir» et décrit de quoi il s'agit. Est-ce que tu penses avoir cette attitude? Explique ta réponse.

Travail en équipe

Essaye d'obtenir l'opinion d'une autre personne à ce sujet, soit un ami, soit un parent ou quelqu'un d'autre en qui tu as confiance. L'évaluation faite par cette personne est-elle conforme à ta propre évaluation quant à l'attitude positive à vouloir servir?

4. a) Dresse la liste de trois éléments qui correspondent à chacun des traits suivants :

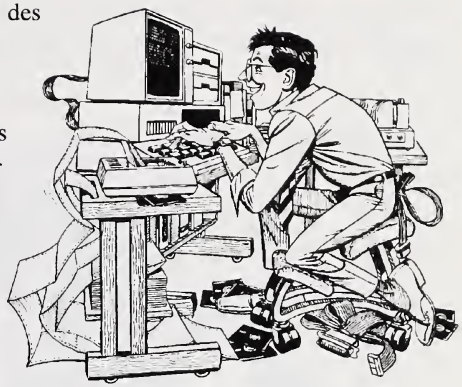
   - qualités ou traits distinctifs
   - habiletés (tu as des aptitudes pour l'ordinateur, tu es bon dans les sports, etc.)
   - tes champs d'intérêt personnels (ce que tu aimes faire ou étudier)
   - les valeurs (ce qui est important dans la vie, ce qui te guide dans tes prises de décisions)
   - buts (ce que tu voudrais faire dans les cinq ou les dix prochaines années, etc.).

   b) Nomme quelques occupations dans le domaine du tourisme où tu pourrais utiliser ces différents traits.

5. Maintenant que tu es familier avec les huit différents secteurs de l'industrie du tourisme, à partir de ce que tu viens d'apprendre dans ce module, dis-nous quels sont les **trois** secteurs qui t'attirent le plus sur le plan de la carrière. Explique pourquoi.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 4, Activité 2.

Le monde du travail a beaucoup changé au cours des dernières années. Les gens ne travaillent plus de l'aurore jusqu'à la tombée de la nuit. Avec le développement de la technologie, le monde est devenu de plus en plus dépendant des ordinateurs et de la communication globale. Face à ces changements, il y a deux routes possibles : on peut ignorer les changements et continuer à vivre selon des valeurs anciennes; on peut au contraire prendre sa vie en charge et tenter de s'adapter aux nouvelles exigences en se préparant par ses études à ces nouvelles carrières.



Le tourisme a besoin de gens entreprenants et motivés. Il lui faut un personnel instruit afin de continuer à être une industrie en pleine essor. La route du succès n'est pas toujours facile, il faut s'armer de patience, être prêt à travailler fort et être prêt à se perfectionner. On dit que tu as plus de chances d'être frappé par la foudre que de gagner à la loterie, il t'appartient donc de prendre en charge ton avenir si tu veux qu'il soit le meilleur possible.

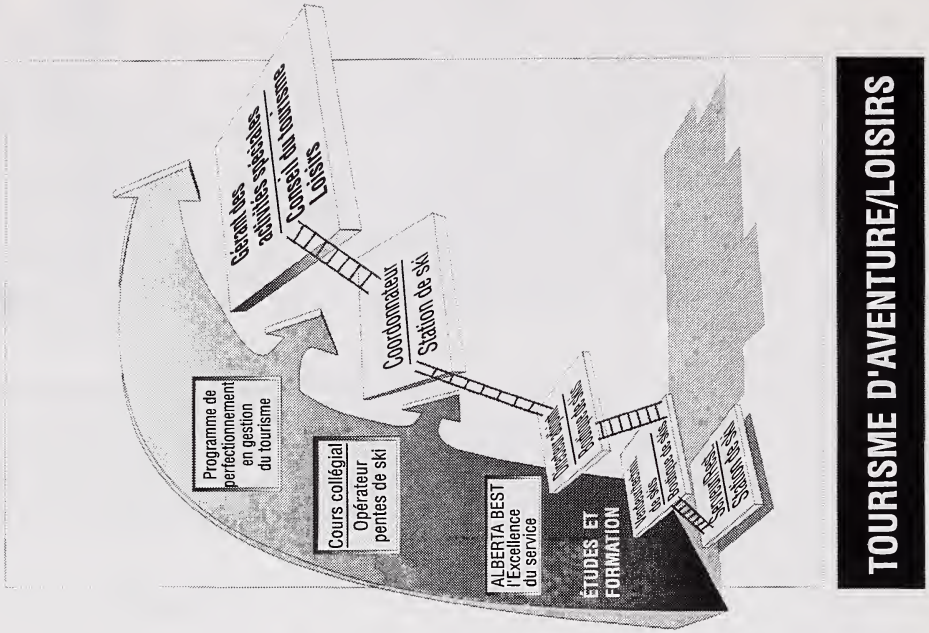
Activités complémentaires

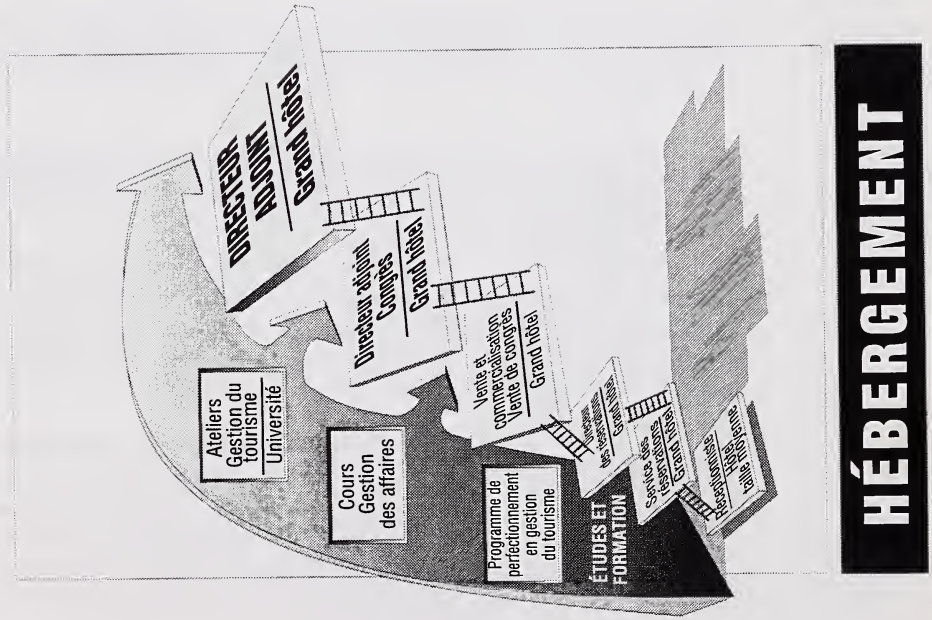
Si tu as eu de la difficulté à comprendre les concepts étudiés dans les activités précédentes, complète la section «Aide supplémentaire». Si tu as bien compris ces concepts, fais la partie «Enrichissement».

Aide supplémentaire

Comme tu l'as vu dans les activités que tu viens de faire, il y a de nombreuses carrières possibles en tourisme pour tout individu qui est motivé, ambitieux et prêt à se perfectionner. L'industrie du tourisme permet aux jeunes de commencer leur carrière dans des postes de débutant et de grimper ensuite les échelons vers des postes plus importants, mais il faut pour cela être prêt à suivre des cours en tourisme.

Les schémas qui suivent, adaptés de la brochure *Is There a Tourism Career in your Future?* produit par le Alberta Tourism Education Council, montrent clairement comment l'avancement dans deux différents secteurs du tourisme est fonction des études que l'on a faites et de la formation que l'on a reçue. Si tu examines ces diagrammes, tu vas comprendre comment, quand on les ajoute à l'expérience, les études que l'on a faites permettent d'avancer rapidement et souvent elles conduisent à des postes de direction importants. Certains pourront même lancer leur propre entreprise.



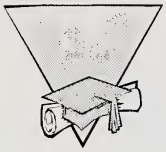


[1]

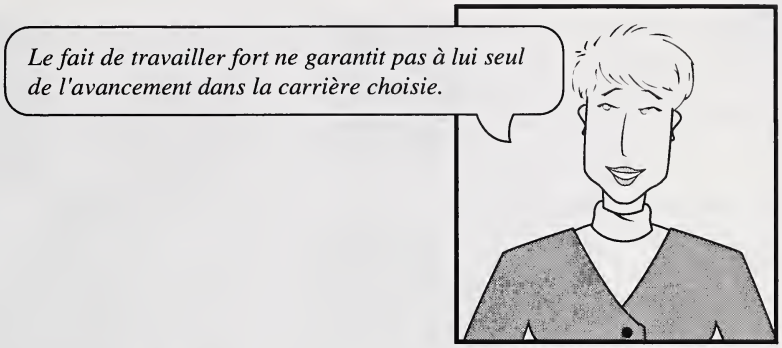
[1] Schémas, *Check It Out! Is There a Tourism Career in Your Future?* (Alberta Tourism Education Council and Pacific Rim Institute of Tourism), 29–30. Réimprimé avec la permission de l'éditeur.

En te basant sur tout ce que tu as vu, lu, discuté et pensé pendant que tu lisais cette quatrième section, réponds aux questions suivantes. Tu peux consulter ton manuel, le Cahier modulaire de l'élève ou toute autre source accessible.

Carrières



1.



Commente cette déclaration.

2. En te basant sur ce que tu as appris au cours de cette section, essaye de faire un schéma qui montre les étapes que doit suivre celui qui rêve d'avoir un jour sa propre entreprise dans le secteur de l'alimentation. Ayant commencé comme aide cuisinier, il rêve d'être propriétaire de son propre restaurant. Utilise comme modèles les schémas qui précèdent.

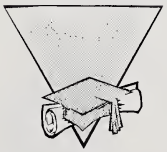
3. Dresse une liste des habiletés et des traits de caractère nécessaires pour celui qui veut faire carrière dans chacun des emplois suivants :

   a) Conseiller de voyageurs certifié ou agent de voyages
   b) Réceptionniste dans un hôtel
   c) Préposé à l'entretien des chambres
   d) Contrôleur aérien

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 4, Aide supplémentaire.

Fais **un** ou **plusieurs** des exercices suivants.

Carrières



1. Si tu veux en apprendre davantage sur un emploi spécifique ou sur les étapes à suivre pour faire carrière dans l'industrie du tourisme, consulte une personne qui travaille dans le domaine qui t'intéresse le plus.

   Si tu ne connais personne qui travaille dans le domaine qui t'intéresse, utilise toutes les ressources à ta disposition afin de trouver quelqu'un qui puisse te renseigner. Ton enseignant ou le conseiller d'orientation pourront peut-être t'aider.

Gestion de l'activité

Si tu obtiens un rendez-vous, présente-toi bien préparé afin de ne perdre ni ton temps ni celui de la personne que tu vas interviewer. Arrive avec une série de questions et prends note des réponses. Si tu penses utiliser un magnétophone, n'oublie pas de demander la permission de t'en servir.

PHOTO SEARCH LTD.

Voici quelques questions que tu voudras peut-être poser. Tu pourras y ajouter les tiennes.

- Qu'est-ce qui vous a amené à faire ce travail?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans votre emploi? Qu'est-ce qui vous déplaît?
- Quelles sont les aptitudes et qualifications nécessaires pour faire ce travail?
- Décrivez une journée typique au travail.
- Quelle est la formation recommandée pour celui qui veut travailler dans ce domaine?
- Est-ce qu'il y a de l'avenir dans ce domaine? Justifiez votre réponse.
- Quels sont les différents emplois possibles dans ce domaine?
- Est-ce que vous recommanderiez ce travail à des jeunes qui débutent sur le marché du travail? Justifiez votre réponse.
- Est-ce que vous pourriez me recommander quelqu'un d'autre à qui je pourrais parler au sujet de cette carrière?

N'oublie pas de remercier ton interlocuteur ou ton interlocutrice avant de partir. Il serait approprié de lui envoyer une carte de remerciements dans les jours qui suivent.

2. Puisque nous n'avons pas de ressources équivalentes en français, si tu désires en apprendre davantage sur les carrières possibles dans l'industrie du tourisme, voici quelques ressources en anglais que tu pourrais consulter. Demande à ton enseignant, à ton conseiller d'orientation ou à ton bibliothécaire de t'aider à les trouver.

   - *Tourism : Joining Alberta's Best.* Cette ressource sous forme de trousse, comprend la vidéocassette que tu as regardée lors de l'activité 1 et elle contient une mine d'information sur les carrières possibles en Alberta. Cette ressource devrait se trouver à la bibliothèque de ton école; consulte le bibliothécaire ou le conseiller d'orientation.

   - *The Student's Travel Map : A Guide to Tourism Careers, Educational Training*, publié par le Conseil canadien des ressources humaines en tourisme, en collaboration avec le Pacific Rim Institute of Tourism. Tu pourrais trouver cette ressource dans le bureau de ton conseiller d'orientation.

   - *The Yellow Brick Road : Your Career in Hospitality and Tourism*, publié par Kostrich Publications, Toronto. Ce manuel de référence énumère les cours et les programmes que l'on peut suivre en tourisme. Il devrait se trouver dans le bureau de ton conseiller d'orientation.

   - *Check It Out! Is There a Tourism Career in Your Future?* Cette brochure, facile à lire, devrait se trouver dans le bureau de ton conseiller d'orientation.

Vérifie tes réponses en consultant l'Annexe, Section 4, Enrichissement.

Conclusion

PHOTO SEARCH LTD.

Au cours de cette section tu as eu l'occasion d'examiner un certain nombre d'emplois et de carrières dans l'industrie du tourisme. On a insisté sur le fait que pour avancer, il faut une bonne formation et même, de préférence, des diplômes. Tu as aussi fait un inventaire de tes propres aptitudes afin de déterminer si tu as les qualités requises pour réussir une carrière en tourisme. Si tu t'intéresses à une carrière, le moment est venu d'en apprendre davantage au sujet de l'industrie touristique et des carrières disponibles.

Travaux pratiques

TRAVAUX PRATIQUES

Prends ton cahier de travaux pratiques et fais le travail qui correspond à cette section.

Résumé du module

PHOTO SEARCH LTD.

Maintenant que tu sais mieux en quoi consiste l'industrie du tourisme, et que tu as vu quels sont les éléments qui motivent les gens à voyager, que tu as étudié le tourisme sur le plan local et régional et vu quels étaient les possibilités d'emploi dans le domaine du tourisme, est-ce que tu crois que tu serais intéressé à faire carrière dans ce domaine?

Si tu réponds à cette question par un «oui» ou un «peut-être», tu devrais songer à suivre d'autres modules qui se trouvent dans le domaine du Tourisme. Examine le plan des différents modules disponibles en tourisme, tu le trouveras au début de ce module-ci. Parmi ceux qui te sont présentés, tu pourras choisir ceux qui t'intéressent le plus. Le tourisme est une industrie en pleine expansion et les possibilités de faire carrière y sont nombreuses, cela vaut donc la peine qu'on s'y intéresse.

ANNEXE

Glossaire

Réponses suggérées

GLOSSAIRE

chambre de commerce : association de gens d'affaires chargés de promouvoir le commerce dans la communauté.

commercialisation : la vente ou la promotion de produits et de services; la facilitation du contact entre acheteurs et vendeurs.

démographie : la classification et l'étude de la population en fonction de l'âge, du sexe, du niveau de scolarité ou du niveau de revenu.

effet multiplicateur : formule économique qui permet de calculer l'effet du revenu sur l'économie. À mesure que l'argent se propage dans l'économie, il crée plus de dépenses et de ventes.

entrepreneur : toute personne qui fonde et dirige une entreprise à son propre compte et en assume les risques.

excursionniste : personne qui voyage pendant la journée mais rentre passer la nuit à la maison.

fournisseur indirect : entreprise qui joue un rôle dans l'industrie du tourisme en fournissant des services auxiliaires.

générateurs de voyages : les facteurs qui incitent les gens à voyager vers une destination donnée et à y acheter les produits et services offerts par l'industrie du tourisme.

industrie du tourisme : terme général pour désigner les huit secteurs qui fournissent des produits et des services afin de répondre aux besoins et aux désirs des touristes.

infrastructure : ensemble d'installations nécessaires à une collectivité (la voirie, les parcs de stationnement, les installations électriques ou hydrauliques, etc.).

installations touristiques : ensemble de produits et services offrant aux voyageurs commodité et confort.

motivation au voyage : tout facteur qui incite les gens à voyager.

organisme de réglementation : autorité dont la fonction est d'administrer et de faire respecter un ensemble de lois et de règlements relatifs à l'industrie.

plan de commercialisation : la mise en forme détaillée d'une stratégie de promotion et de vente d'un produit ou d'un service.

poste de débutant : poste qui ne requiert aucune expérience et un minimum d'entraînement et d'aptitudes.

psychographie : étude de la population en fonction de ses activités, de ses champs d'intérêt et de ses opinions.

revenu : gain, profit ou argent perçu.

revenu direct du tourisme : argent dépensé par les touristes pour des services offerts par l'industrie du tourisme.

revenu indirect du tourisme : argent reçu pour des services offerts par l'industrie du tourisme et ensuite dépensé dans d'autres entreprises de la région.

secteurs de l'industrie : les huit catégories dans lesquelles on divise l'industrie du tourisme.

secteur privé : entreprises qui sont exploitées dans une économie de marché.

secteur public : tous les paliers de gouvernement; les organismes gouvernementaux.

segmentation du marché : concept consistant à diviser un marché en différentes parties - habituellement en fonction des données démographiques ou psychographiques.

superstructure : aménagements de surface (hôtels, aéroports, gares).

tourisme : le fait de visiter des lieux ou de rendre visite à des gens dans un lieu autre que celui où l'on vit habituellement. Il faut exclure les déplacements journaliers.

touristes : les personnes qui quittent leur environnement habituel pour un séjour d'une nuit ou plus.

VAF : visite aux amis et aux membres de la famille.

voyageur d'affaires : une personne qui voyage pour affaires et qui utilise des installations touristiques.

touriste en voyage d'agrément : touriste qui voyage pour des raisons personnelles.

RÉPONSES SUGGÉRÉES

Section 1 : Activité 1

1. a) Les réponses seront personnelles. Plusieurs élèves auront dressé une liste de choses telles leurs voyages de camping, les visites à la famille tant en Alberta qu'ailleurs au pays, les excursions à la plage ou dans un parc voisin, et finalement, la visite d'expositions ou de foires. D'autres auront visité des pays étrangers, seront allés à Disneyland ou ailleurs aux États-Unis. Bien entendu, ceux qui ont pu se rendre à l'étranger, vont le mentionner avant de parler des autres voyages qu'ils ont faits.

   b) Les réponses seront différentes selon l'expérience vécue par chaque élève. Voici une liste préparée par un élève qui a surtout fait du camping, essentiellement en Alberta. Tes réponses pourront être très différentes.

   - routes et autoroutes
   - stations-service
   - parcs provinciaux et nationaux
   - terrains de camping, privés et publics
   - restaurants (à service rapide)
   - boutiques de camping
   - dépanneurs
   - centres d'interprétation et sites historiques
   - camps de pêche
   - centres d'information touristique

2. Lors de son voyage, Michel a utilisé les services touristiques suivants :

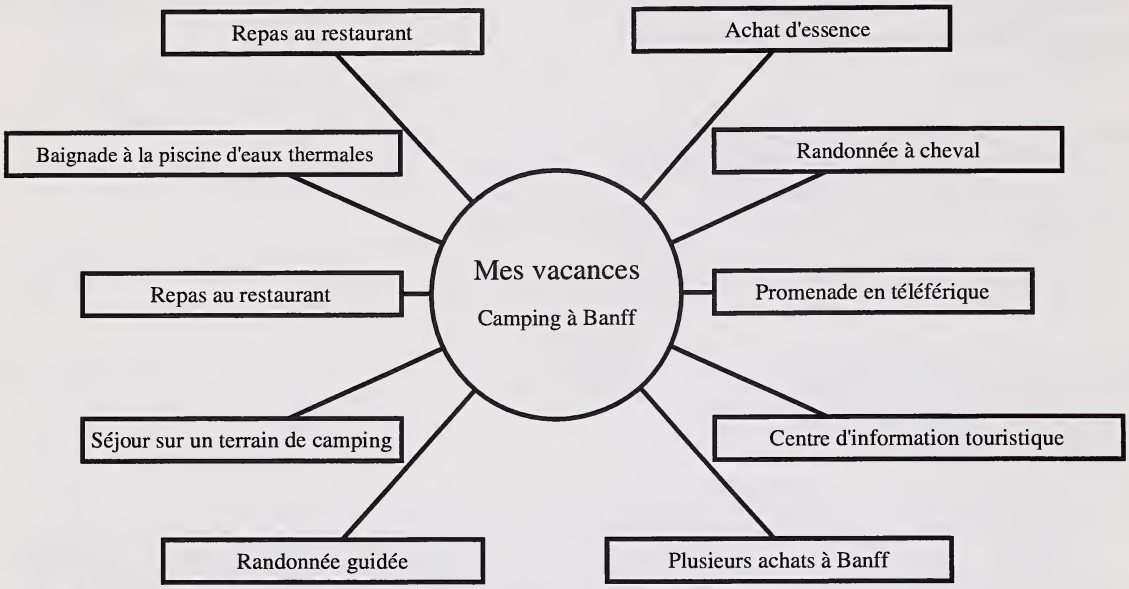
   - une compagnie aérienne
   - un taxi
   - une station-service
   - divers restaurants
   - un hôtel
   - le téléférique
   - une boutique de souvenirs
   - une agence de location d'automobiles.

   Tu auras peut-être inclus la compagnie de téléphone mais, bien entendu, cette dernière ne vise pas spécifiquement le touriste. Même si on n'en parle pas dans le scénario, il se peut que Michel ait utilisé une agence de voyages pour faire ses réservations (avion, hôtel, voiture).

3. Les réponses vont être fort différentes. Est-ce que la personne à qui tu as parlé a utilisé les mêmes services touristiques que Michel?

Section 1 : Activité 2

1. a) Voici à titre d'exemple la réponse d'une élève qui a fait du camping en montagnes avec sa famille. Ils y sont restés une semaine.



b) Les réponses varieront. Voici une réponse basée sur les réponses ci-haut :

- service de la restauration
- transports
- tourisme d'aventure et de loisirs
- services de tourisme
- industrie des voyages
- hébergement
- attractions

En fait, le seul secteur non utilisé par cet élève, c'est le secteur des manifestations et congrès.

2. Les réponses dépendront de la communauté ou de la région où tu habites. Voici quelques réponses possibles.

a) Services de tourisme : centre d'information local; un club automobile tel que l'Alberta Motor Association ou le Club automobile de Sears; toute boutique desservant essentiellement les touristes.

b) Service de la restauration : un restaurant local; une chaîne de restaurants; tout bar-salon, boîte de nuit, brasserie, café-restaurant ou traiteur.

c) Tourisme d'aventure et de loisirs : centre de ski; club de golf; court de tennis; parc national ou provincial; camp de pêche ou de chasse; marina; services d'excursion d'aventure du genre descente de rivières ou de rapides en radeau pneumatique.

d) Hébergement : hôtel; motel; chambres d'hôtes; terrain de camping; installations en temps partagé; camp d'été; lieu de villégiature; camp de pêche ou de chasse; auberge de campagne; auberge de jeunesse.

e) Transports : taxis; stations-service; agence de location d'automobiles; agence de location et de vente de véhicules récréatifs; services de croisières; compagnies aériennes; services d'autocar; compagnies de chemin de fer.

f) Industrie des voyages : agents de voyages; organisateurs de voyages.

g) Manifestations et congrès : foires et expositions; festivals; salons professionnels; congrès (ex. : congrès des enseignants); réunions et conférences; marché des agriculteurs.

h) Attractions : musées; sites historiques; parcs; parcs d'amusement; galeries d'art; centre d'interprétation; exposition d'artisanat ou d'art autochtone.

3. Il est très clair que l'état dans lequel se trouve la station-service, et l'attitude du personnel ne pourront que décourager les touristes qui auraient voulu s'arrêter là. Cela implique évidemment que les gens qui se seraient arrêtés pour fréquenter ton restaurant après avoir fait le plein d'essence iront manger ailleurs le long de la route.

Section 1 : Activité 3

1. Comme le matériel couvert était assez technique et qu'on ne s'attendait ici qu'à de brèves réponses, il se peut que tes réponses diffèrent de celles-ci.

a) Le gouvernement fédéral joue un rôle important dans le domaine de l'industrie du tourisme. Son impact se fait sentir particulièrement dans les domaines suivants :

- la planification
- l'élaboration de politiques
- la réglementation et la législation
- le financement.

L'organisme fédéral le plus impliqué est bien entendu Tourisme Canada qui se trouve rattaché au ministère de l'Industrie. Tourisme Canada a pour mission «d'encourager et d'appuyer la croissance économique, l'excellence et la compétitivité de l'industrie du tourisme partout au Canada». Voici quels sont les trois principaux rôles de Tourisme Canada :

- la revendication : a pour rôle d'assurer que la cause de l'industrie du tourisme est défendue auprès des autres ministères lorsque ceux-ci préparent des lois, politiques et règlements.

- l'appui commercial : contribue à la planification et à la prise de décisions avec les gens d'affaires et les agences gouvernementales œuvrant dans le domaine de l'industrie du tourisme.

- la commercialisation internationale : assure la promotion du Canada comme destination éventuelle pour les touristes étrangers.

b) Les gouvernements provinciaux ont aussi chacun leur ministère du Tourisme qui travaille à la promotion du tourisme dans chacune des provinces avec le concours des gouvernements municipaux. Voici quelques-unes des activités entreprises par ces ministères :

- publicité et préparation de documents relatifs au tourisme
- recherches
- collaboration avec l'entreprise privée
- perceptions des taxes
- législation et réglementation
- financement
- mise en place de centres d'information touristique
- mise en place de programmes de formation et de sensibilisation.

c) Les gouvernements municipaux ou locaux font la promotion du tourisme dans le but d'assurer la diversification économique de leur région ainsi que l'implantation de nouvelles entreprises, susceptibles de rapporter de nouveaux revenus pour la région. Les gouvernements municipaux travaillent de concert avec les agences gouvernementales fédérales, provinciales, aussi bien qu'avec les organisations locales, les gens d'affaires de la région, toujours dans le but de développer des politiques et une réglementation favorisant la promotion du tourisme. Les gouvernements municipaux font aussi de la publicité, améliorent les systèmes de transports, assurent la sécurité publique et la protection de l'environnement.

2. Voici une liste des types de lois possibles :

- lois sur l'obtention de permis (assurant que chaque entreprise obtienne le permis nécessaire à l'exploitation)
- lois sur le travail (pour garantir une standardisation au niveau de l'emploi)
- lois de l'immigration (pour assurer la qualité de vie et l'accès au travail)
- lois sur la publicité (pour garantir les droits du consommateur et éviter la publicité frauduleuse)
- lois fiscales (pour assurer que les commerçants payent les taxes sur les revenus du tourisme)
- lois sur la consommation (pour garantir les droits du consommateur)
- lois sur l'entrée et la sortie du territoire (pour protéger les citoyens et les entreprises canadiennes)
- lois sur la prévention des incendies (pour assurer la sécurité du public)
- lois sur l'éducation et sur la formation (pour assurer un minimum de compétence dans l'industrie)
- lois sur la construction (pour assurer la planification des lieux où vivre et où voyager)
- loi sur les parc nationaux (afin de protéger notre patrimoine culturel)
- lois sur le transport (pour assurer la sécurité du public et l'accès)
- règlements relatifs aux loisirs (pour assurer la sécurité du public)
- lois sur la santé et la sécurité (pour assurer la sécurité du public)
- lois sur l'assurance (pour assurer le développement économique et la sécurité du public).

3. a) Ce genre de commercialisation est très important car le tourisme assure des revenus, crée des emplois, stimule et assure la diversification de l'économie de chacune des régions concernées. Les touristes disposent cependant d'un budget limité, et lorsqu'ils dépensent leur argent dans une région, cet argent-là est perdu pour les autres régions. Il importe donc de faire de la publicité et de promouvoir le tourisme dans chacune des régions pour attirer les touristes.

   b) On peut rencontrer toutes sortes de problèmes. Une augmentation du nombre de touristes, par exemple, amène immanquablement une augmentation de la circulation automobile, plus de bruits, etc., ce qui ne manquera pas de perturber les résidents. Il arrive parfois que l'environnement soit profondément touché, alors que les gens venaient précisément en raison de cet environnement. Il se peut qu'on ne trouve plus de poisson dans le lac parce qu'on en a trop pêché, ou que le caractère sauvage du lieu ait disparu à cause de la construction d'aménagements touristiques et récréatifs.

4. Les provinces sont divisées en régions ou zones touristiques. Dans chacune de ces régions ou zones, on trouve une association responsable de la promotion du tourisme. Normalement, cette association travaillera avec les autres paliers de gouvernement pour développer et promouvoir le tourisme dans cette région-là.

5. a) Ces associations ont pour but de promouvoir le tourisme en travaillant de concert avec les différents gouvernements.

   b) Dans ta réponse, tu mentionneras deux des organismes suivants :

   - L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) est l'association internationale la plus importante. L'Organisation est formée de membres de 113 gouvernements nationaux et de plus de 170 membres associés à l'industrie du tourisme, donc de membres provenant du secteur public et de membres provenant du secteur privé. Cette puissante organisation assure l'unité de l'industrie, de même que la consolidation des politiques la concernant. Elle favorise également l'éducation et la compréhension culturelle entre les peuples.

     Brièvement, on pourrait dire que l'OMT :

     – fournit une coopération technique aux gouvernements
     – participe à la planification environnementale
     – collabore avec ses membres pour faire disparaître les barrières en tourisme
     – fournit des données permettant la planification et la commercialisation
     – offre des programmes d'éducation et de formation

- L'Association de tourisme du Pacifique-Asie (ATPA) est une autre association internationale. L'Association est aussi formée de gens venant des différents gouvernements et des différents secteurs privés. Elle a pour objectif de promouvoir et de développer le tourisme dans les pays du Pacifique et de l'Asie. L'Association offre à ses membres des services de recherche, d'éducation et de formation, des services de développement de produits et son expertise en commercialisation.

- L'Alliance canadienne des associations touristiques (ACTA) est une association canadienne dirigée par un réseau de bénévoles recevant l'appui d'équipes de personnel à l'échelon national et provincial. L'organisme a pour but de promouvoir un environnement sain et sécuritaire pour les touristes voyageant au Canada. L'ACTA représente des gens provenant de tous les secteurs de l'industrie du tourisme et cherche à répondre aux besoins de ses membres et à promouvoir leurs intérêts. Parmi ses activités les plus importantes, il faut compter l'éducation et la formation.

- L'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC) est «le porte-parole national de l'industrie du tourisme». L'Association est formée de membres des différents secteurs de l'industrie du tourisme et a pour but de promouvoir l'industrie du tourisme au Canada. L'Association représente les intérêts de ses membres en faisant des pressions auprès du gouvernement, surtout dans le domaine fiscal. L'AITC travaille aussi avec les douanes canadiennes pour faciliter la vie des touristes voyageant au Canada. L'AITC participe aussi au développement de normes nationales et appuie la recherche dans le domaine du tourisme.

Section 1 : Activités complémentaires

Aide supplémentaire

1. Un excursionniste, normalement, n'utilise les services de l'industrie du tourisme que pour une journée sans passer la nuit dans un hôtel ou sur un terrain de camping. Un touriste en voyage d'agrément, pour sa part, utilise les mêmes services et passe au moins une nuit dans un lieu d'hébergement.

2. Les excursionnistes ont des besoins différents de ceux des touristes, et ils dépensent leur argent différemment. En fait, cette distinction est surtout importante quand on recueille des données pour l'industrie du tourisme. À un niveau élémentaire, on se rend compte que dans certaines entreprises reliées à l'industrie du tourisme on ne fait pas de différence entre un excursionniste et un touriste, tous deux étant des clients.

3. Voici une liste de certains aménagements touristiques que tu pourrais trouver dans un centre commercial. Cette liste a été dressée en pensant au centre commercial West Edmonton Mall. Il va de soi qu'on ne trouvera pas les mêmes aménagements partout. Peux-tu penser à quelque chose qui n'est pas sur la liste?

    - centres d'information, babillards, écrans d'ordinateurs interactifs
    - boutiques de souvenirs, boutiques de cadeaux et de cartes
    - services de la restauration
    - expositions spéciales d'intérêt historique ou culturel
    - événements spéciaux : groupes de chanteurs ou de danseurs, expositions d'artisanat, etc.
    - agences de voyages
    - aménagements récréatifs : mini-golf, piscine, parc d'amusement, etc.
    - services d'hébergement : hôtel rattaché au centre commercial.

4. a) Un taxi : les transports
   b) Un motel : l'hébergement
   c) Un centre d'information touristique : services de tourisme
   d) Un cabaret : restauration
   e) Un guide touristique : industries des voyages
   f) Une foire ou une exposition : manifestations et congrès
   g) Un parc : tourisme d'aventure et de loisirs

5. • Le gouvernement fédéral est responsable de la législation et de la réglementation de l'industrie du tourisme pour l'ensemble du pays. Il répond aussi des intérêts de l'industrie du tourisme partout au Canada.

   • Chacune des provinces est chargée d'assurer que l'industrie du tourisme soit florissante dans la province. Les gouvernements provinciaux subventionnent les municipalités de leur province pour assurer une croissance du tourisme chez eux.

   • Les municipalités travaillent avec des organismes tels la chambre de commerce locale pour essayer d'attirer les touristes en grand nombre. Les municipalités doivent veiller à ce qu'il y ait suffisamment de manifestations et d'installations pour promouvoir le tourisme.

Enrichissement

1. a) Encore une fois les réponses seront personnelles. As-tu laissé libre cours à ton imagination?

   b) Encore une fois, les réponses seront personnelles. Pour certaines personnes, il faut le restaurant gastronomique et l'hôtel de luxe. Pour d'autres, ils peuvent manger des hot dogs et coucher n'importe où pourvu qu'ils trouvent des musées, des galeries d'art et des sites historiques sur leur chemin. Certaines personnes voyageront seulement s'il s'agit d'un voyage guidé alors que d'autres, veulent la liberté la plus absolue et ne veulent absolument rien savoir d'un itinéraire fixe et d'un horaire rigide.

2. Les réponses varieront. Il faut se souvenir que lorsqu'on travaille dans le domaine du tourisme, on devrait toujours avoir pour objectif l'amélioration des services. Quand tu voyages, sois toujours conscient de la qualité des services et produits qui te sont offerts. Des serveurs grossiers, des préposés à la réception plutôt négligents, des autocars qui ne respectent pas l'horaire, voilà ce qui peut nuire à l'industrie du tourisme au Canada et aux affaires de tout le monde.

3. Voici quelques idées tirées des réponses reçues des élèves :

   - offrir des billets gratuits par l'entremise de la radio locale
   - promouvoir des événements dans les communautés environnantes
   - monter des panneaux-réclames
   - construire de nouvelles installations touristiques dans la région
   - encourager les commerçants et le gouvernement municipal à financer l'embellissement du centre-ville
   - faire de la publicité dans les journaux et les revues spécialisées
   - garder les toilettes du camping municipal propres
   - encourager les résidents à être aimables envers les touristes.

   Est-ce que tu as pensé à autre chose?

4. Ton logo sera, bien entendu, une création personnelle. As-tu bien réfléchi à certains aspects de ta province ou de ta communauté susceptibles d'intéresser les touristes? As-tu découvert une manière simple et efficace de représenter ces différents aspects? Finalement, as-tu pu combiner les différents éléments dans un tout qui ne soit pas encombré et où on trouve une thématique et, surtout, qu'on peut regarder avec plaisir?

   Plusieurs communautés ont leur propre logo et le place parfois sur les panneaux des routes de leur région. Quand tu voyages, essaye de prêter attention à ces panneaux pour voir s'ils peuvent attirer les touristes.

Section 2 : Activité 1

1. Du temps de l'Empire romain, il fallait de l'argent pour voyager. Il fallait payer pour les chevaux qu'on louait dans les relais, l'hébergement et la restauration. Les gens qui appartenaient aux classes inférieures n'avaient ni le temps de voyager, ni l'argent pour le faire.

2. On peut parler des progrès technologiques surtout, des progrès suscités par la Révolution industrielle. Mentionnons l'invention de la diligence, du bateau à vapeur et du chemin de fer. Plus récemment, on a eu l'automobile, l'autocar et l'avion.

3. Les réponses pourront varier. En général, on trouve aujourd'hui qu'il est assez facile de voyager et on s'attend à le faire, mais il y a encore un grand nombre de Canadiens pour qui les voyages d'agrément restent du domaine du rêve.

4. On obtiendra différentes réponses. Si tu as le privilège de connaître quelqu'un qui est âgé de 80 ou de 90 ans, tu auras eu une conversation très intéressante.

5. Les sources d'eaux thermales devaient sans doute attirer les gens vers Banff. On pouvait aussi se rendre à Banff par la route bien avant qu'on puisse le faire pour Jasper. Finalement, comme Banff a été le premier parc national canadien, Banff a reçu beaucoup plus de publicité que Jasper.

6. On obtiendra différentes réponses. Des événements annuels tels que le Stampede de Calgary ou le festival de théâtre intitulé The Fringe à Edmonton attirent un grand nombre de gens. Cela est vrai pour des événements tels que les concerts, les pièces de théâtre et les festivals. Des événements de portée internationale tels les Jeux Olympiques d'hiver, ou les Jeux du Commonwealth attirent également les touristes et ajoutent à la réputation de la ville hôte. Calgary est reconnue pour sa proximité des montagnes Rocheuses. Edmonton est réputée pour ses festivals et, bien sûr, en raison du West Edmonton Mall. Dans chacune de ces deux villes on fait de la publicité pour attirer les touristes.

7. Les réponses pourront varier. La plupart des Albertains pensent sans doute que les Rocheuses représentent le plus grand attrait pour les touristes. Il y a bien d'autres destinations toutefois qui méritent aussi toute notre attention.

Section 2 : Activité 2

1. a) Les réponses seront personnelles. Pour la plupart des adolescents et des jeunes adultes, le voyage se fait en petit groupe d'amis pour le simple plaisir d'être ensemble. Pour d'autres, le voyage est une affaire de curiosité, un désir d'expériences nouvelles, d'aventure. Connais-tu d'autres motivations?

   b) Les réponses varieront. Est-ce que tu étais d'accord?

2. Les réponses vont être très personnelles. Les gens aiment aller à la pêche, nager, lire, faire des randonnées, faire du ski nautique, faire du ski alpin ou de l'équitation. La liste pourrait s'allonger indéfiniment.

3. Les réponses seront différentes en fonction de la région. Est-ce qu'on trouve des parcs dans ta région? Le paysage est-il spectaculaire? La pêche et la chasse sont-elles bonnes? Organise-t-on des festivals? Trouve-t-on des attractions historiques ou culturelles? Trouve-t-on des installations de loisirs de plein air? Ce qui attire les touristes chez vous, c'est peut-être quelque chose de complètement différent. Certaines communautés, dans l'espoir d'attirer les touristes, vont construire ou ériger des structures plutôt inusitées.

4. Voici quelques exemples de réponses possibles :

   - une agence de voyages
   - une compagnie spécialisée dans l'organisation de croisières
   - un centre d'information touristique
   - le directeur et le personnel d'une entreprise locale où l'on organise des événements d'envergure
   - une personne responsable de la planification ou de la promotion du tourisme - tels des pourvoyeurs en chasse et pêche ou des organisateurs de descentes de rivières ou de rapides ou de randonnées à cheval
   - les propriétaires d'hôtels ou motels.

   As-tu d'autres suggestions?

5. Encore une fois les réponses pourront être différentes. Elles pourront nommer n'importe quelle installation apparente qui attire les touristes ou qu'ils peuvent utiliser :

   - hôtels ou motels de la région
   - marina locale
   - théâtres, musées ou autres établissements historiques ou culturels
   - restaurants.

   Qu'as-tu suggéré d'autre?

6. Les réponses seront différentes. Plusieurs élèves découvrent des facteurs de motivation auxquels ils n'avaient jamais pensé auparavant.

7. a) Les réponses seront personnelles. Plusieurs élèves parlent d'un manque d'argent. Certains mentionnent la crainte de voyager à l'étranger, surtout dans des pays où on ne parle pas l'anglais ou le français. D'autres craignent les activités terroristes ou la guerre. On craint de partir seul sans l'appui de la famille ou des amis.

   b) Il y a différentes réponses possibles. On pourra commencer par faire des économies (si possible), apprendre une langue étrangère, se renseigner sur les endroits où l'on peut voyager en toute sécurité, parler de ses projets avec des gens susceptibles de nous apporter un appui positif.

8. Voici quelques réponses possibles :

   - la situation familiale :

     – Les grands-parents qui vivent loin de leurs enfants envisageront peut-être de faire un voyage afin de rendre visite à leurs enfants et petits-enfants.

     – Les familles ayant de très jeunes enfants pourront peut-être considérer les voyages comme une activité trop stressante pour être agréable; le grand voyage sera remis à plus tard, on lui préférera la courte visite des amis et de la famille (VAF).

   - le style de vie :

     – Souvent, les gens qui aiment la vie active continueront de voyager régulièrement même à un âge avancé.

     – Dans certaines familles où les deux adultes travaillent, il est parfois difficile de prendre de longues vacances. Pour eux, plusieurs petits voyages de deux ou trois jours semblent préférables (on pourrait utiliser le même argument pour ce qui est de la situation familiale).

   - le système de valeurs et les attitudes face à la vie :

     – Pour les gens qui aiment les grandes émotions et l'aventure, ils voudront choisir des vacances où ils peuvent être actifs : comme la descente de rivières ou rapides en radeau pneumatique ou la participation à des banquets médiévaux simulés.

     – Des gens qui ont de profondes convictions religieuses décideront de visiter des sites religieux.

Section 2 : Activité 3

1. C
2. B
3. B
4. D

Soulignons qu'il est impossible de prévoir avec certitude le genre de vacances que les gens prendront. Dans l'exercice dont il est question, nous dégageons seulement des généralités basées sur les connaissances de l'industrie du tourisme.

5. Il semble que pour ces raisons-là, les gens se retrouvent avec plus d'argent et plus de temps pour voyager et ils envisagent donc de plus longs voyages. Il en découlera peut-être une plus grande demande pour des vacances de luxe à l'étranger et une demande moins importante pour les terrains de camping et les restaurants à service rapide. Il se pourrait aussi que des facteurs contraires entrent en jeu, comme l'augmentation du coût de la vie qui viendrait neutraliser ces nouvelles tendances.

6. Le diagramme à bandes reflète un vieillissement de la population canadienne et projette cette tendance pour les années à venir. Il démontre clairement une augmentation du pourcentage de la population ayant plus de cinquante-cinq ans.

7. Compare tes propres idées à celles-ci :

   a) • descente de rivières ou de rapides en radeau pneumatique
   • camping et randonnées dans les Rocheuses
   • voyage en Colombie-Britannique durant le mois d'août pour assister à certains festivals.

   Ces étudiants prendront probablement des vacances peu dispendieuses et qui sont axées sur l'aventure.

   b) • visite de la famille et des amis
   • camping au bord d'un lac où les enfants pourront s'amuser
   • quelques excursions vers des destinations situées à deux ou trois heures de route de la maison.

   Les vacances de cette famille seraient basées sur un budget assez serré. Il faudra tenir compte de la distance à parcourir (les longs voyages en voiture ne plaisent pas tellement aux enfants). Il faudra aussi trouver de quoi amuser et occuper les enfants.

   c) • voyage accompagné en Europe ou en Asie
   • safari en Afrique
   • croisière en Méditerranée ou ailleurs.

   Ce couple semble assez aisé. Ils auront probablement planifié ces vacances pendant des années et ils seront prêts à dépenser une somme considérable pour s'assurer que le voyage soit à la fois agréable et éducatif.

8. Bien qu'on puisse trouver des exceptions à la règle, il faut admettre que les responsables de l'industrie du tourisme ont, jusqu'ici, déterminé de façon habile ce que les gens souhaitent faire durant leurs vacances à différentes périodes de leur vie. Les jeunes ont souvent un revenu limité (tiré d'un emploi à temps partiel ou de subventions reçues de leurs parents), il en découle que leurs vacances devront être peu coûteuses. Comme il est difficile de voyager avec des enfants, cela place certaines restrictions sur le genre de vacances que prennent les jeunes familles.

   Avec le temps, les enfants quittent la maison, l'hypothèque est payée et les gens disposent de plus d'argent pour voyager de sorte que certaines personnes voyagent deux ou trois fois par an, se payant un tour organisé ou une croisière. Les retraités pour leur part, s'ils en ont les moyens, voyagent souvent pendant de longues périodes chaque année, parcourant le monde en véhicule récréatif. Plusieurs envisagent des vacances d'hiver dans des endroits plus chauds tels la Floride ou l'Arizona. Il ne fait aucun doute que les étapes de la vie influencent le genre de vacances que l'on prend.

9. a) Les réponses seront personnelles. Certains croient que les gouvernements doivent utiliser tous les moyens de pression mis à leur disposition pour empêcher la guerre ou la violation des droits de la personne. Les sacrifices imposés à certains athlètes ne sont rien comparés aux souffrances et aux torts soufferts par ceux qui sont assujettis à la guerre ou à la violation de leurs droits. Il est cependant vrai aussi que des événements sportifs d'envergure internationale rapprochent les nations de façon positive et pacifique. Le fait d'utiliser de tels événements à des fins politiques ne peut que détruire le bien qu'on pourrait en tirer.

   b) Tout le monde a été affecté, qu'il s'agisse du commentateur sportif, de ceux qui étaient chargés de conduire les athlètes au stade ou de ceux qui étaient préposés au nettoyage du stade. Tous les commerçants qui s'étaient préparés pour les Jeux risquaient de perdre des revenus importants. Cela affectait en retour leurs employés. C'était le cas des gens travaillant dans les restaurants, les hôtels, les boutiques de souvenirs, les boîtes de nuit et même les chauffeurs de taxi. La liste pourrait s'allonger indéfiniment.

10. L'industrie du tourisme a sans doute souffert considérablement. Les gens ne visitent pas les endroits dévastés par la guerre, leur sécurité étant de loin la chose la plus importante. Il en découle que malgré l'importante publicité faite lors des Jeux Olympiques de Sarajevo, la ville n'a pas connu les retombées touristiques tant attendues et ces bénéfices économiques sont à jamais perdus.

11. Voici quelques exemples possibles. Certains pays du Moyen-Orient, Israël, par exemple, ont souffert d'un tel sort. C'est vrai aussi de l'Irlande du Nord ou de l'Afrique du Sud. Chaque fois qu'il est question de l'explosion d'une bombe dans un autobus ou de possibilité de guerre dans un endroit donné, le tourisme en est profondément affecté.

12. Les réponses pourront être différentes pour chacun. On parlera de facteurs tels le climat, les installations disponibles pour les touristes, la valeur du dollar dans le pays que l'on visite, l'éloignement du pays par rapport au point de départ. As-tu pensé à d'autres facteurs?

Section 2 : Activité 4

Il est bien entendu que ton sondage sera original et que les réponses que tu vas obtenir seront uniques. Toutefois, nous te donnons ci-dessous un exemple de quelques questions que tu pourrais avoir posées.

SONDAGE SUR LES VOYAGES

1. Combien de fois voyagez-vous chaque année?

   a) 1 – 3 b) 3 – 5 c) 5 – 8 d) 8 fois ou plus

2. Normalement, où est-ce que vous allez en voyage?

   a) Dans un rayon de deux heures de chez vous.
   b) Nous ne quittons pas la province.
   c) Nous visitons les provinces avoisinantes.
   d) Nous visitons le Canada.
   e) Nous visitons les États-Unis.
   f) Nous voyageons outremer.
   g) Nous allons dans les pays chauds (Hawaii ou le Mexique).

3. Quelles sont vos activités favorites quand vous voyagez?

____ activités de plein air	____ visiter des sites naturels	____ lire
____ suivre des cours	____ rencontrer des gens	____ faire de la randonnée
____ apprendre l'histoire	____ faire du bateau	____ faire des achats
____ visiter parents et amis	____ visiter des musées	____ pêcher
____ découvrir de nouvelles cultures	____ connaître de nouvelles expériences	____ me reposer

Autres : _____

_____

Qu'as-tu appris des résultats de ton questionnaire? Probablement, que les gens du même âge ont tendance à faire les mêmes choses. Bien qu'il y ait toujours des exceptions dans le domaine du tourisme, la règle générale veut que les gens d'un groupe d'âge donné recherchent le même genre d'activités, d'événements, d'installations. En gros, ils ont les mêmes désirs.

Section 2 : Activités complémentaires

Aide supplémentaire

Ce qui a changé les voyages à jamais est l'invention de la **diligence.**

Les motivations **internes** comprennent des éléments comme la personnalité, l'âge, le système de valeurs et l'éducation.

Les conflits politiques dans un pays provoquent une baisse dramatique du **tourisme.**

Un des facteurs qui joue un rôle important dans les décisions de voyages est le **niveau** de revenu.

Les **installations** électriques représentent une infrastructure.

Les **générateurs** de voyages sont les facteurs qui incitent les gens à voyager.

Les **facteurs** externes sont représentés par des éléments tels que le climat, la disponibilité des forfaits touristiques, etc.

Les **entrepreneurs** sont des personnes qui se lancent en affaires et qui sont prêtes à prendre des risques.

Au Moyen Âge seuls les **marchands** et les **pèlerins** osaient se hasarder sur les routes.

Un hôtel est une **superstructure** touristique.

Un **sondage** psychographique fournit des renseignements sur les activités, les champs d'intérêt et les opinions d'un segment de la population.

La descente de **rapides** en kayak pourrait intéresser la génération du baby-boom.

Les billets d'avion à prix **réduits** ont permis à plus de gens de voyager.

Il y a des facteurs qui motivent les gens à ne pas **voyager.**

Enrichissement

1. a) Les données recueillies seront différentes pour chacune des régions. Il est à espérer qu'elles démontreront que le tourisme est en hausse.

   b) Quand tu as créé ton graphique, as-tu utilisé un papier spécial? As-tu clairement défini les normes? La clarté et la précision importent énormément dans la présentation de données démographiques.

2. Voici un exemple d'un article sur le tourisme qui est sur le site suggéré. Peut-être que tu as lu un autre article à la bibliothèque ou à l'Internet. Relis-le et vérifie les réponses données à la fin du texte. As-tu fait un travail semblable avec l'article que tu as lu?

Les enjeux de l'Internet et du tourisme

(Texte de Franck Fouqueray)

Si l'Internet permet de voyager virtuellement à travers le monde, il ne fait pas de doutes qu'il aura un impact sur l'industrie du... tourisme.

«C'était beaucoup mieux de mon temps» me disait ma grand-mère. Elle avait presque raison. La vie était tellement plus simple à cette époque : pas de télévision, pas de voiture, pas d'ordinateur, enfin pas de soucis quoi! Elle avait pourtant oublié quelques détails. Par exemple, la bicyclette de son père avait coûté 800 heures de travail en 1900. Mon père, quant à lui, avait dû travailler 80 heures en 1960 pour s'offrir le même engin. Et je me souviens que mon vélo m'avait coûté seulement 28 heures de travail il y a 15 ans; écrivait ainsi Jean Fourastié dans *Pourquoi nous travaillons*.

Le tourisme aussi a beaucoup changé, car au temps de ma grand-mère, les voyages étaient moins populaires. Aujourd'hui, l'industrie du tourisme emploie 200 millions de personnes dans le monde et engendre 4 500 milliards de dollars d'activité par an. Ainsi, il est devenu le plus important secteur d'activité économique au monde, puisqu'une personne sur neuf y travaille. Alors, quand une innovation technologique telle que l'Internet apparaît dans le paysage économique et vient bouleverser les circuits de distribution, cela provoque des remous. Sur le prix de vente d'un voyage, les frais globaux de distribution avoisinent actuellement les 20 %, ils devraient descendre à 5 % d'ici quelques années. La raison de cette chute : rationalisation des coûts et automatisation des fonctions de distribution.

Certains voudraient, comme ma grand-mère, que rien ne change. Cependant, le métier d'agent de voyages va subir une mutation radicale et irréversible. L'agent de voyages ne va bien sûr pas mourir, car son utilité est évidente, il va simplement s'adapter aux nouvelles données d'un marché en mutation.

Que sera donc ce nouveau métier du voyage qui nous arrive du cyberespace? L'agence de demain va faire comme votre succursale de banque, elle va s'automatiser. Ainsi, la tâche ingrate de recherche du billet d'avion 2 $ moins cher sera effectuée par l'ordinateur. Vous recherchez un vol avec hébergement, départ dans 2 mois: il vous suffit d'inscrire ces informations sur votre écran d'ordinateur et d'envoyer votre requête. Vingt secondes plus tard, une liste de voyages répondant à vos besoins vous est proposée. Vous validez votre choix final, vous inscrivez votre numéro de carte de crédit, et le tour est joué. Il ne vous reste plus qu'à préparer vos valises.

Quel est le rôle de l'agent de voyages dans cette opération? Il vous a vendu ses conseils pour préparer votre futur voyage afin de venir au Québec. Tel que l'explique Bill Gates, le bouillonnant président de Microsoft, dans son dernier ouvrage *La route du futur*, les fonctions de l'agent de voyages vont consister à vendre les informations et la connaissance qu'il a de sa propre région et non plus des régions où il n'est jamais allé. En effet, pourquoi appeler un agent de voyages français pour obtenir des informations concernant le lac Saint-Jean? Le seul à être réellement habilité à nous renseigner est un résident de la région.

En revanche, ces précieuses informations ne seront plus gratuites. Ce qui ne fait pas l'unanimité dans la profession. Pourtant, personne ne s'indigne des frais de consultation de son avocat, son médecin ou son expert financier. Il faudra donc s'attendre à un professionnalisme accru des agents de voyages, une meilleure formation, ceci afin de servir une clientèle de plus en plus exigeante et de moins en moins fidèle.

Non, plus rien n'est comme avant, et c'est tant mieux.

Car cet apport de technologie va affranchir le monde du voyage des lourdeurs et des surcoûts de l'intervention humaine. La réduction des frais de distribution va entraîner un abaissement des prix de vente des produits touristiques. Ainsi, une plus grande masse de consommateurs pourront profiter des produits offerts. Comme pour la bicyclette de mon grand-père, les prix devraient baisser, et la quantité d'unités produites, augmenter.

Les voyages virtuels ne sont pas encore possibles. Cependant, on peut visualiser en ligne, 24 heures sur 24, tous les pays du monde, grâce aux 800 caméras de Léonard. Je vous avouerai qu'il m'arrive régulièrement d'aller voir les avions décoller virtuellement dans la Baie de San Diego ou les patineurs du Rockefeller
Center à New York. Plus aucun pays n'a de limite pour moi depuis que j'ai mis le site de la C.I.A. dans mes signets.

Décidément, ma grand-mère n'y comprendrait plus rien dans ce monde moderne. Et que nous prépare-t-on pour l'avenir? Le magasinage à domicile! Les lenteurs actuelles du transport de données ne nous permettent pas encore de transférer très rapidement les images. Cependant, il faut s'attendre très rapidement à voir nos téléviseurs se transformer en écrans d'ordinateur. Il reste un dilemme cependant, que choisir entre le programme télé et le surfing sur l'Internet?
Quoi qu'il en soit, on peut d'ores et déjà passer ses commandes chez IGA et se faire livrer le poisson frais de son choix. Le commerce électronique a engendré 1 milliard de dollars de chiffre d'affaires au cours de l'année dernière et ce chiffre, selon les spécialistes, devrait atteindre 200 milliards dans 4 ans. Il existe encore aujourd'hui un frein psychologique : la sécurité des transactions. Ce phénomène devrait être très rapidement résolu. Ainsi, le volume de transactions pourra augmenter considérablement. Les enjeux sont trop importants et les sommes investies ne permettent déjà plus aux entreprises de reculer. L'avenir s'annonce mouvementé pour ceux qui, comme ma grand-mère, voudraient refuser le progrès. La boîte de vitesses de la machine économique moderne ne possède pas de marche arrière. Il faut avancer, et de plus en plus vite.

Cela fait déjà des années que l'on nous rabâche que l'an 2 000 sera l'ère de l'information; nous y voici maintenant arrivés. Les maîtres du monde se nommaient Carnegie ou Rockefeller au siècle dernier. Ils avaient fait leur fortune en produisant et en fournissant de la matière, les actuels maîtres du monde se nomment Bill Gates et Lou Gerstner (IBM). Les futurs milliardaires seront les distributeurs d'information. Je parle de cette information qui entre dans le processus de la consommation. Celle qui fait qu'aujourd'hui, grâce à elle, on fabrique de moins en moins cher. Et comme à chaque époque, il y aura toujours les incrédules qui n'ouvriront les yeux qu'à la fin du spectacle[1].

Réponses suggérées :

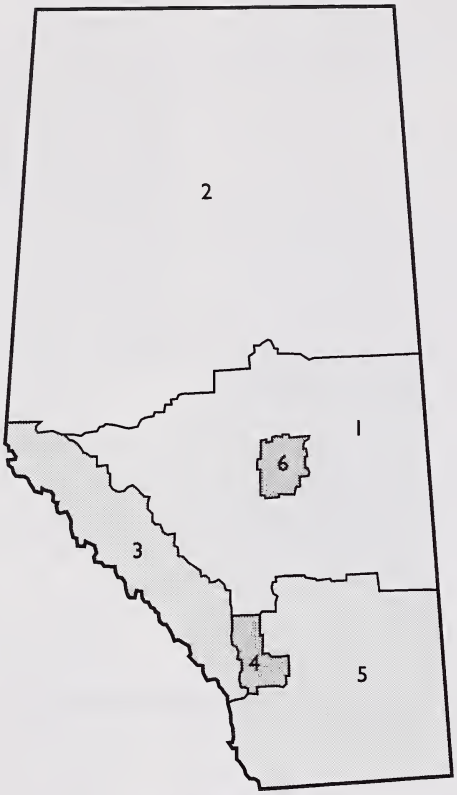
a) Selon cet article, l'ère des nouvelles technologies de l'information dans laquelle nous vivons va révolutionner énormément l'industrie du tourisme. Les agences de voyages et d'autres services de ce secteur seront entièrement automatisés.

b) L'impact le plus probable est que les coûts de distribution impliqués seront réduits, les sources d'informations seront nombreuses, rapides et intéressantes. L'agent de voyages va devoir adapter ses fonctions au rôle qu'il aura alors à jouer, en donnant des informations précises qu'il faudra mettre sur Internet, par exemple. Il devra lui-même être capable de naviguer de façon avisée sur Internet.

[1] Tous droits réservés © 1997 Plesman Publications Ltée. Reproduit avec l'autorisation de l'éditeur.

Section 3 : Activité 1

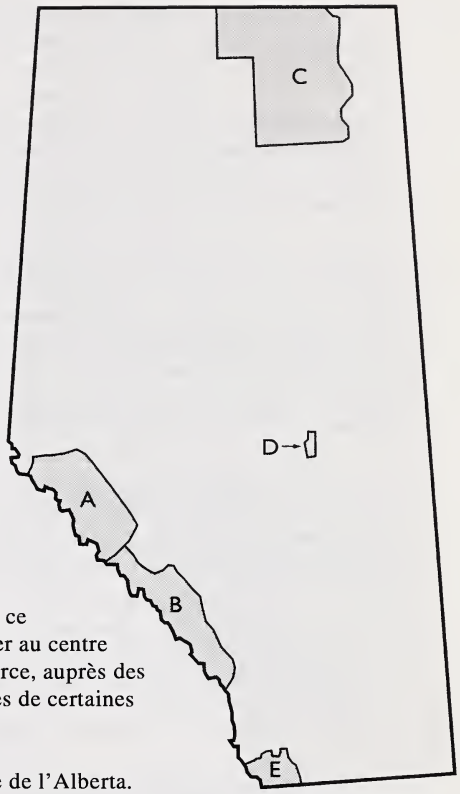
1. 1 L'Alberta central
   2 Le nord de l'Alberta
   3 Les Rocheuses
   4 Calgary et sa région
   5 Le sud de l'Alberta
   6 Edmonton et sa région



2. a) L'Alberta central
   b) Le sud de l'Alberta
   c) Le nord de l'Alberta
   d) Edmonton et sa région
   e) Calgary et sa région
   f) Les Rocheuses

3. a)
   1. High Level
   2. Rivière la Paix
   3. Fort McMurray
   4. Grande Prairie
   5. Slave Lake
   6. Lac La Biche
   7. Whitecourt
   8. Edson
   9. Jasper
   10. Edmonton
   11. Camrose
   12. Lloydminster
   13. Rocky Mountain House
   14. Red Deer
   15. Banff
   16. Calgary
   17. Drumheller
   18. Brooks
   19. Medicine Hat
   20. Lethbridge

b) A. rivière la Paix
B. rivière Athabasca
C. rivière Saskatchewan du Nord
D. rivière Red Deer
E. rivière Bow
F. rivière Saskatchewan du Sud



4. A Parc national Jasper
B Parc national Banff
C Parc national Wood Buffalo
D Parc national Elk Island
E Parc national des Lacs-Waterton

5. Les réponses seront différentes pour chacun. Les attractions touristiques les plus connues demeurent probablement les Rocheuses avec leurs parcs et les villes de Banff et de Jasper. De nos jours cependant, il se peut que ton jeune partenaire préfère visiter West Edmonton Mall.

6. Es-tu satisfait de ta brochure? Penses-tu que ta brochure pourrait attirer les touristes dans ta région?

   Pour savoir comment les professionnels s'y prennent pour produire ce matériel de promotion, consulte les brochures que tu pourras trouver au centre d'information touristique local, au bureau de la chambre de commerce, auprès des associations de tourisme de ta région ou, en dernière analyse, auprès de certaines entreprises de tourisme locales.

7. Les réponses seront personnelles. En cas de doute, consulte la carte de l'Alberta.

8. Les réponses seront différentes pour chacun. Même si tu habites dans un endroit éloigné des grands centres touristiques, tu devrais pouvoir trouver certains des éléments suivants : les foires locales, l'exposition agricole, le parc municipal, les restaurants, de bons sites pour la pêche ou la chasse, les motels, les stations-service. Tu trouveras peut-être un parc provincial qui soit suffisamment proche et même un petit musée local.

9. a) et b) Les réponses seront différentes pour chacun. Il est souvent difficile de voir sa propre communauté de façon objective. Cela est tellement vrai, surtout quand on a vécu là toute sa vie. Les commerçants locaux, les membres du conseil municipal, les responsables de la chambre de commerce, tous souhaitent que la communauté fasse bonne impression auprès des touristes. En tant que citoyen, tu devrais penser comme eux.

10. Les réponses vont varier. Est-ce que ta région a besoin d'un bon nettoyage? Est-ce qu'il y a des installations importantes qui manquent et qu'on pourrait construire? Est-ce que ta communauté a la réputation d'être accueillante pour les touristes?

11. Comme il s'agit du deuxième exercice du même genre et que tu connais très bien ta communauté, cet exercice a dû être relativement facile. Si ce devoir t'a aidé à penser à ta communauté du point de vue de quelqu'un œuvrant dans le domaine du tourisme, l'exercice aura atteint son objectif. Montre ta composition à un adulte ou à un compagnon d'études pour avoir sa réaction.

Section 3 : Activité 2

1. On peut considérer l'industrie du tourisme comme une industrie «propre» parce qu'on ne détruit rien, on n'enlève rien et on ne pollue pas l'environnement.

2. a) Les fabricants d'automobiles fournissent des voitures aux agences de location d'automobiles et aux compagnies de taxi. Ils construisent aussi les navettes utilisées par les hôtels et les autocars pour les touristes. Les touristes achètent également des voitures ou des véhicules récréatifs afin de pouvoir voyager.

   b) Les touristes payent pour les services qu'ils reçoivent et, par conséquent, ils exigent satisfaction. S'ils sont satisfaits, ils reviendront ou recommanderont les mêmes services à leurs amis. Il importe donc d'embaucher du personnel ayant déjà reçu une bonne formation en tourisme, et c'est grâce aux maisons et établissements d'enseignement qu'on va trouver ces employés.

3. Une région qui jouit d'une diversité économique ne dépendra jamais d'une seule ou voire de deux industries pour assurer le plein emploi et la vitalité économique de la région. Les régions qui manquent de diversité sont vulnérables s'il arrive quoi que ce soit qui affecte l'industrie dont elles dépendent. Si une région dépend entièrement des revenus de l'agriculture, il suffit de quelques années de sécheresse ou de quelques années où le prix du grain est bas pour que le marché du grain et la région se trouvent en pleine crise économique. Si la même région possède aussi une industrie touristique florissante ou une industrie pétrolière importante, cette région-là pourra surmonter un peu mieux les pertes des revenus agricoles.

   La région de Drumheller constitue un bon exemple de ce que nous venons d'avancer. Cette région a longtemps dépendu des revenus de l'industrie du charbon et quand cette industrie s'est mise à perdre de son importance, la région aurait pu en souffrir considérablement. Heureusement, l'industrie du tourisme s'était aussi développée dans la région grâce à l'attrait des badlands et grâce aussi à la présence de fossiles de dinosaures. L'économie de la région en a ainsi profité.

4. a) On appelle développement durable le développement économique qui peut être maintenu sans qu'on épuise les ressources sur lesquelles il est basé. L'industrie pétrolière n'est pas durable à long terme puisqu'elle est basée sur des ressources épuisables : le gaz et le pétrole. L'industrie forestière peut être durable si on procède à un programme de reboisement assurant la repousse au fur et à mesure de l'utilisation des produits forestiers.

   b) Les réponses seront différentes pour chacun. Le tourisme peut être considéré comme partie intégrante de la solution puisque l'industrie du tourisme est une industrie «propre». Si les touristes envahissent une région en trop grand nombre et que par mégarde ils détruisent l'environnement, le tourisme deviendra de toute évidence partie intégrante du problème.

5. Les réponses seront différentes pour chacun.

   a) Voici quelques-uns des aspects positifs :

      - la création d'emplois.
      - la diversification de l'économie locale.
      - l'effet multiplicateur va aider les entreprises locales.
      - la création d'entreprises familiales.
      - les installations qui serviront tant aux touristes qu'aux résidants.
      - la communauté deviendra plus attrayante pour tous grâce aux réaménagements faits pour les touristes.

   b) Voici quelques-uns des aspects négatifs :

      - les nouveaux emplois seront souvent saisonniers.
      - certaines taxes perçues seront dépensées pour favoriser l'industrie du tourisme plutôt que les autres industries locales.
      - il va y avoir plus de circulation à Sérénité et par conséquent plus de congestion.
      - la faune finira peut-être par disparaître parce qu'il y a trop de touristes.
      - Sérénité deviendra plus bruyante et moins sereine.
      - la communauté devra assumer davantage de responsabilités et défrayer les coûts de nouveaux services d'urgence.

c) Voici quelques suggestions que tu peux comparer à tes propres réponses :

- boutiques de cadeaux
- pistes pour faire du vélo ou de la randonnée
- magasin de fournitures de pêche
- de meilleures routes
- installations récréatives (bases de pique-nique, terrains de mini-golf)
- marina
- terrains de camping
- restaurants
- lieux d'hébergement (hôtels. motels)

As-tu pensé à autre chose?

6. Les tableaux seront différents pour chacun. Compare le tien à celui qui suit.

Dangers pour l'environnement	Dangers pour l'économie	Dangers pour la société
• production de déchets • destruction de l'environnement • pollution par le bruit • épuisement des ressources naturelles	• emplois saisonniers • emplois mal rémunérés • utilisation des taxes pour subventionner le tourisme • épuisement des ressources • augmentation des coûts de l'immobilier	• congestion de la circulation automobile • congestion de la circulation des piétons • attractions déplaisantes • conflits entre les résidants et les promoteurs

Section 3 : Activité 3

1. Les réponses seront différentes pour chacun, mais on devrait y trouver des réponses semblables à celles-ci :

   - Il est important de faire de la recherche car les entreprises doivent savoir qui sont leurs clients, ce que ces derniers désirent et combien ils sont prêts à payer. Dans un monde en constante évolution, il faut constamment faire de nouvelles recherches.

   - Il est important de faire de la publicité afin d'annoncer les produits et services offerts par l'entreprise. Le meilleur produit au monde n'aura aucune valeur pour quiconque s'il demeure inconnu.

   - Il est important aussi d'évaluer sa commercialisation afin de savoir si on répond vraiment aux attentes du consommateur. Encore une fois, dans un monde en constante évolution il faut toujours connaître la réaction des clients.

2. Voici quelques réponses possibles :

   - Le Canada est tellement grand qu'on ne peut pas le visiter en une semaine ou deux.

   - L'été est trop court au Canada.

   - Les étrangers connaissent mal le Canada. Plusieurs croient même qu'ici l'hiver dure douze mois. (La rumeur veut que certains touristes américains arrivent à la frontière canadienne avec des skis sur le toit de leur voiture en plein mois de juillet.)

   - Le Canada n'attire pas tellement l'attention sur le plan international. Les gens pensent souvent que le Canada est un pays où il fait bon vivre, mais ce n'est pas un pays assez exotique pour y passer ses vacances.

3. Les réponses seront différentes pour chacun. Voici un plan que tu pourras comparer au tien.

Première étape : Je vais préparer un sondage afin de savoir quels sont les gens qui s'intéressent à cette sucette au miel. Je vais offrir des échantillons gratuits à des personnes d'âges différents afin de savoir à quels groupes d'âge le produit convient le mieux.

Deuxième étape : Je vais décider quelle sera ma clientèle éventuelle; dans ce cas, puisqu'il s'agit d'une sucette, il s'agira probablement des enfants. Ensuite, je vais essayer de faire connaître mes sucettes au grand public et essayer de le convaincre qu'il faut l'essayer à tout prix. Je vais annoncer mon produit à la télévision et sur des panneaux-réclames; on y verra des enfants absolument ravis de ce nouveau délice qu'ils viennent de recevoir des mains d'une grosse abeille bien aimable. Quelle que soit la forme de publicité, il faudra toujours qu'on y constate la joie de vivre.

Troisième étape : Ici, je mettrai en pratique ce que j'ai annoncé dans la deuxième étape. Je consacrerai des sommes importantes à une campagne de publicité. Il est très important de faire connaître le produit, car les gens n'achètent pas ce qu'ils ne connaissent pas. Il faut aussi assurer que leur première expérience soit des plus agréables et la publicité devrait à cet égard être très suggestive.

Quatrième étape : Il faudra assurer la distribution du produit dans tous les grands magasins d'abord et préparer une distribution d'échantillons, afin d'inciter le public à acheter nos sucettes. Dans chaque magasin, une de nos abeilles distribuera les sucettes aux enfants comme aux parents. On visitera tous les grands magasins où les bonbons se vendent. Ici encore, ce qu'il faut mettre en évidence, c'est la joie de vivre.

Cinquième étape : Dans chacun des grands magasins, on demandera aux gens ce qu'ils pensent de nos nouvelles sucettes. On tiendra compte des ventes aussi, bien sûr. Si les réactions sont négatives, on retirera le produit du marché sans tarder car on ne voudrait surtout pas affecter la vente du reste de nos produits.

4. Les réponses seront différentes pour chacun. Compare les tiennes à celles qui suivent.

a) Tu pourrais avoir une réunion du personnel et demander à tes employés s'ils ont des suggestions. Tu pourrais préparer un questionnaire que tu enverrais aux écoles, aux diverses entreprises de la ville et auprès des organismes communautaires afin d'obtenir leurs points de vue. Tu pourrais aussi organiser un concours dans la ville et offrir un week-end à l'hôtel, pour le couple gagnant.

b) Voici quelques-unes des possibilités :

- un carnaval pour les enfants qui aurait lieu dans le parc de stationnement
- une kermesse
- un salon professionnel qui se tiendrait à l'hôtel
- un camp d'été pour les jeunes qui aurait lieu dans les salles de banquet de l'hôtel
- une compétition culinaire pour les gens de la ville
- une exposition historique ou culturelle.

c) Quel que soit l'événement à commercialiser, il faudrait planifier différentes manières de le faire connaître. Voici quelques suggestions :

- Faire de la publicité dans certaines brochures touristiques telles l'*Alberta Campground Guide* et l'*Accommodation and Visitors' Guide*.
- Annoncer l'événement dans la région à l'aide d'affiches et d'annonces à la télévision et à la radio locales.
- Donner des billets gratuits.
- Créer une mascotte qui se promène partout en ville bien avant que l'événement débute.

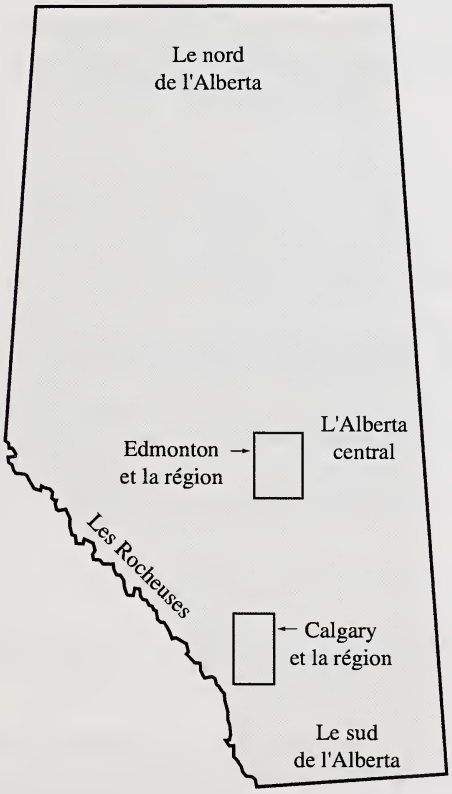
5. Voilà une question bien difficile. Tu voudrais faire tout ce que tu peux pour attirer les touristes, afin qu'ils dépensent leur argent dans ta communauté. Pourtant, tu ne voudrais rien faire qui soit illicite. Toute conduite contraire à l'éthique ne peut d'ailleurs conduire qu'à l'échec, car à partir du moment où le bruit court que tu as fait de la publicité trompeuse, plus personne ne viendra. Le dilemme reste entier : jusqu'où peut-on prendre des libertés avec la vérité sans pourtant tomber dans la tromperie?

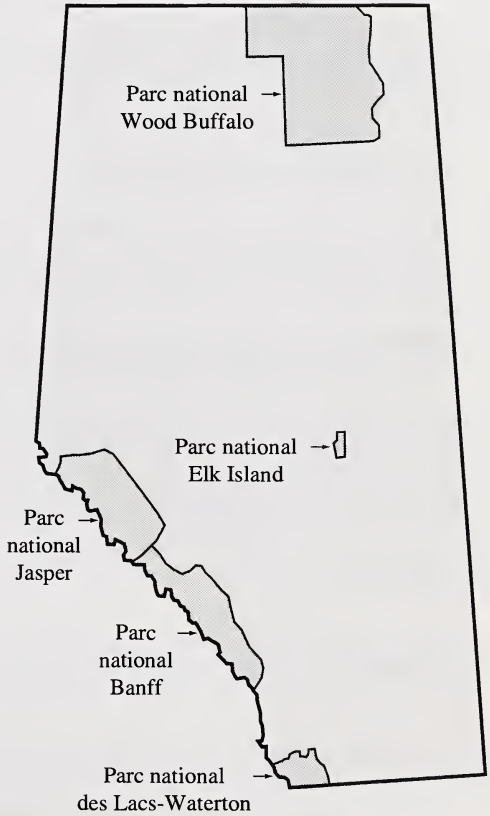
   Il s'agit simplement de toujours être honnête. Si tu as la réputation d'être malhonnête dans ta publicité, ton commerce va en souffrir. Il y a des lois visant la publicité frauduleuse, et des organismes tels que Le Bureau d'éthique commerciale qui ont pour but de renseigner le public sur de telles pratiques. Il faut que ton matériel de promotion soit le plus attrayant possible, mais qu'il ne contienne que la vérité.

Section 3 : Activités complémentaires

Aide supplémentaire

1. et 2. Compare les cartes que tu as préparées à celles qui suivent.





3. a) l'Alberta central
   b) Le sud de l'Alberta
   c) Le nord de l'Alberta
   d) Les montagnes Rocheuses
   e) Le nord de l'Alberta
   f) L'Alberta central
   g) Le sud de l'Alberta

4. Les réponses seront différentes pour chacun. Il n'est pas nécessaire de nommer l'une des rivières mentionnées dans cette section. Au contraire, tu pourras nommer une rivière qui se trouve près de chez toi, qu'il s'agisse de la rivière Battle ou de la rivière Pembina.

5. a) Les réponses vont varier. Si tu ne le sais pas, tu pourras le demander à tes parents, à ton accompagnateur ou au bibliothécaire. Tu pourrais aussi consulter une carte routière de la province, les parcs provinciaux y sont clairement indiqués.

   b) Encore une fois, les réponses seront différentes. Dans certains parcs on trouve des terrains de camping. D'autres n'offrent que des pistes de randonnées, une plage ou des installations pour la navigation de plaisance. Certains offrent des programmes interprétatifs pour la formation du public. Plusieurs ont des terrains de jeux pour les enfants.

6. Quand les touristes dépensent leur argent dans une entreprise appartenant à l'un des huit secteurs de l'industrie du tourisme, disons dans un hôtel, à titre d'exemple, les propriétaires de ce restaurant vont dépenser cet argent-là dans la communauté. Ils devront embaucher des travailleurs, acheter du savon et des serviettes de bain, payer pour certaines réparations, etc. Ainsi, on appelle l'argent reçu du touriste *revenus directs du tourisme* et celui dépensé ailleurs, selon la description ci-dessus, *revenus indirects du tourisme*.

7. Les discours seront différents pour chacun. En évaluant le tien, tu pourras consulter les tableaux des pages 22 et 24 de ton manuel. Souviens-toi que dans un discours, la façon de s'exprimer est toute aussi importante que ce que l'on dit. Il faut convaincre son auditoire. Voici quelques éléments qui te permettront de voir si ton discours est convaincant :

   - As-tu exprimé tes idées clairement?
   - Est-ce que ton discours est bien organisé? Est-ce que les transitions d'une idée à l'autre sont claires?
   - Est-ce que le ton est poli tout en étant assuré? Est-ce qu'il est sérieux?
   - Si tu as lu ton discours à haute voix, est-ce que tu l'as fait d'une voix assez forte? As-tu bien prononcé tous les mots? Est-ce que tu as fait varier le ton, le rythme et le volume de ta voix durant ton discours?

8. La commercialisation est une question complexe et très importante, surtout dans un monde en pleine évolution comme le nôtre. Il en résulte que seul un plan de commercialisation bien pensé et bien suivi pourra réussir. Les commerçants doivent savoir qui sont leurs clients, quels sont les besoins de ceux-ci et ce qu'ils sont prêts à payer. Les gens qui se lancent en affaires sans préparer un plan de commercialisation risquent de perdre des sommes considérables dans des entreprises non rentables.

Enrichissement

1. Les réponses seront différentes pour chacun. Ici, à titre d'exemple, nous proposons la description d'une série de trois événements : un tournoi de golf, une compétition de ski nautique et une partie de basket-ball où on joue trois contre trois. Comment promouvoir ces événements?

   Ceux-ci seraient organisés par plusieurs entreprises intéressées par ces événements. Elles pourraient en partenariat fournir les prix. Une agence de voyages pourrait offrir, en partenariat avec une compagnie aérienne, un voyage au Mexique pour celui qui réussit un trou d'un coup. Le prix pour le plus long coup pourrait être une nuit à l'hôtel ou un souper pour deux dans un restaurant local.

   Les prix devront être raisonnables. On pourra s'attendre à un profit minimum pour le tournoi de golf ou pour les autres activités où on aura perçu des droits d'inscription. On pourra tenir un encan silencieux au profit des œuvres de charité locales. On pourra s'attendre à faire des profits sur la nourriture et les boissons vendues durant et après le tournoi ou les autres activités.

Le tournoi aura lieu sur un terrain de golf de la localité. La compétition de ski nautique aura lieu à la marina locale, la partie de basket-ball pourrait avoir lieu au centre-ville ou le plus près possible du centre des affaires, afin d'aider les commerçants à faire la promotion et la vente de leurs produits auprès des spectateurs.

Tu pourrais sans doute faire plusieurs autres suggestions.

2. As-tu trouvé quelqu'un à interviewer? As-tu été surpris par ce que tu as appris ou est-ce que l'entrevue a servi à confirmer ce que tu avais étudié au cours de cette section?

   As-tu suivi les règles de courtoisie lors de la préparation de l'entrevue et durant celle-ci? Si un homme ou une femme d'affaires prend le temps de discuter avec toi, il est essentiel de démontrer que tu apprécies ce geste en étant poli, ponctuel et en préparant tes questions à l'avance.

3. Les réponses seront différentes pour chacun. Compare tes règles à celles que nous proposons ci-dessous.

Règles pour les touristes

- Veuillez respecter notre communauté. Vous êtes priés de ramasser vos déchets et de respecter la faune et la flore.
- Nos commerçants vous souhaitent la bienvenue. Pourquoi ne pas les encourager en achetant chez eux?
- Profitez de votre séjour chez nous, mais gardez notre communauté intacte pour que les générations futures puissent aussi en profiter.
- Essayez d'apprécier la diversité culturelle que nous avons à vous offrir. Ne ridiculisez pas ce que vous ne comprenez pas, mais essayez d'apprendre à nous connaître.

Règles pour les citoyens de l'endroit

- Donnez une bonne impression. Soyez positif et ayez de l'entregent.
- Essayez de venir en aide à nos visiteurs. Si vous ne pouvez pas les aider, essayez de trouver quelqu'un qui pourra le faire.
- Faites en sorte que notre communauté soit un endroit agréable à visiter. Agrémenter la cour avant de votre maison ou la devanture de votre entreprise.
- Faites en sorte que les visiteurs aient un séjour agréable afin qu'ils aient le goût de revenir et qu'ils nous recommandent à leurs amis.

4. Les cartes seront différentes pour chacun, en fonction de la région habitée. Pour évaluer ton travail, consulte un parent, ton accompagnateur ou un responsable du centre d'information touristique local afin d'obtenir des renseignements pertinents. Procure-toi un exemplaire du guide touristique de ta localité pour avoir plus de détails.

5. Il n'y a pas de réponse suggérée pour cette question. As-tu découvert des sites intéressants? As-tu passé beaucoup de temps à naviguer sur l'Internet?

Section 4 : Activité 1

1. Voici quelques suggestions de carrières possibles pour chacun des secteurs. Tu pourras comparer ces choix à ceux que tu as faits.

   a) Secteur de l'alimentation : chef, serveur, traiteur, gérant de restaurant, barman, directeur des banquets, directeur de l'exploitation.

   b) Secteur du tourisme d'aventure et de loisirs : propriétaire-gérant d'un camp de chasse, professionnel d'un club de golf ou de tennis, moniteur de ski, propriétaire-gérant d'une entreprise de descentes de rivières et de rapides, directeur d'une marina.

   c) Secteur de l'hébergement : réceptionniste dans un hôtel, préposé à l'entretien des chambres, directeur des services de comptabilité, coordonnateur des ressources humaines et de la formation, directeur des congrès, directeur du service de ventes et de commercialisation, vérificateur de nuit.

   d) Secteur des transports : pilote, chauffeur de taxi, capitaine d'un bateau de croisière, propriétaire-gérant d'une agence de location d'automobiles, chef de train, préposé à l'entretien des trains, des avions ou des autobus.

   e) Secteur des attractions touristiques : programmateur, moniteur, gardien de parc, directeur d'un camp, directeur des activités spéciales, directeur général.

   f) Secteur du commerce des voyages : directeur des services de voyages pour une grande compagnie, propriétaire d'une agence de voyages, superviseur, agent de voyages, directeur des ventes, guide touristique.

2. Les réponses seront différentes pour chacun. Les élèves choisissent souvent des carrières qui offrent quelques défis, mais qui permettent aussi un avancement rapide vers les postes cadres. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Il s'agit d'un choix personnel quant à sa carrière dans l'industrie du tourisme.

3. La liste des différents emplois possibles serait trop longue. L'objectif de cette question est de te sensibiliser aux nombreuses possibilités d'emploi dans l'industrie du tourisme.

4. Ici, les réponses seront personnelles, mais certains faits sont à mentionner :
   - Un Canadien sur 13 travaille dans l'industrie du tourisme.
   - Les directeurs d'hôtel peuvent gagner autant que les médecins, les avocats ou les dentistes.
   - La plupart des élèves en Tourisme obtiennent un emploi avant même de terminer leurs études.
   - Les parcs nationaux de l'Alberta reçoivent environ six millions de visiteurs par an.
   - le tourisme est l'industrie la plus importante à l'échelle mondiale.

5. Les réponses peuvent varier, voici quelques avantages que tu as probablement mentionnés :
   - Plusieurs possibilités de carrières.
   - Plusieurs habiletés sont transférables d'un emploi à l'autre.
   - Plusieurs possibilités de voyager.
   - Beaucoup de flexibilité.
   - Possibilité de faire un bon salaire.
   - Possibilité de fonder sa propre entreprise.
   - Possibilité de commencer au bas de l'échelle et d'arriver jusqu'en haut.

- On a affaire à des touristes qui se divertissent. (Comparer avec les médecins, les avocats et les dentistes!)

6. Les réponses seront différentes pour chacun. Compare les tiennes à celles qui suivent :

   a) L'école secondaire permet d'obtenir des postes de débutant dans la plupart des entreprises. Cela te permettra d'acquérir une certaine expérience tout en poursuivant des études. Quand tu auras fini tes études secondaires, tu pourras ainsi obtenir plus facilement de l'emploi ailleurs toujours au niveau débutant.

   b) En poursuivant ses études vers l'obtention d'un diplôme dans un des secteurs de l'industrie du tourisme, on a de meilleures chances d'obtenir de l'emploi à un niveau supérieur. Toutefois, même s'il fallait commencer au bas de l'échelle, les chances d'avancement rapide sont nettement meilleures.

   c) Il est important de poursuivre ta formation si tu veux demeurer un employé prometteur au sein de la compagnie pour laquelle tu travailles. Avec une meilleure formation, tu pourras offrir des conseils et des suggestions quand l'occasion se présentera. Le fait de suivre des cours de perfectionnement démontrera l'intérêt que tu portes à la compagnie et montrera que tu cherches de l'avancement. Dans une société en constante évolution comme la nôtre, il est important de se préparer à faire face à tous ces changements. Cela permettra à ta compagnie de rester à la fine pointe du progrès.

Section 4 : Activité 2

1. a) L'industrie du tourisme connaît une augmentation du taux de croissance de l'emploi.
   b) L'industrie sidérurgique connaît une réduction du taux de croissance de l'emploi.

2. Les réponses seront personnelles.

3. Les réponses seront personnelles. Est-ce que tu as vérifié ta réponse auprès de quelqu'un d'autre? Ton opinion est-elle partagée? Sinon, lequel de vous deux est le plus près de la vérité? Pourquoi?

4. a) Les réponses seront personnelles. As-tu trouvé utile de faire un examen de ta propre personnalité? Est-ce qu'il est difficile de rester objectif? Souvent, les autres peuvent nous connaître mieux qu'on se connaît soi-même. Pourquoi ne pas en parler avec un ami ou un parent?

   b) Les réponses seront différentes pour chacun. Ce genre d'exercice peut être très utile même si après coup tu décides qu'une carrière en tourisme n'est pas ce qui t'intéresse vraiment.

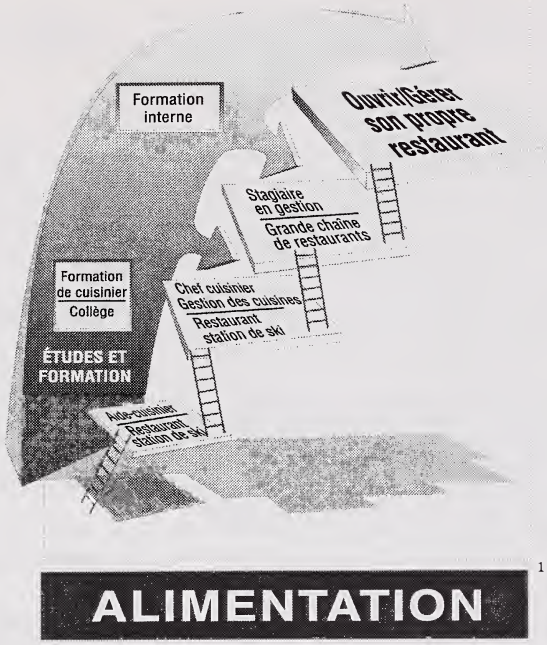
5. Les réponses seront différentes pour chacun. Est-ce que tu as pu expliquer tes préférences? Pourquoi ne pas explorer ces trois secteurs plus en profondeur? Tu pourrais revoir ton manuel, faire la partie «Enrichissement» de cette quatrième section, consulter ton conseiller ou faire des recherches à la bibliothèque.

Section 4 : Activités complémentaires

Aide supplémentaire

1. C'est un fait bien connu, il est presqu'impossible aujourd'hui de monter les échelons de cette façon. On a vite fait d'atteindre un plafond. Sans une formation plus poussée, on n'arrivera plus à obtenir des postes de cadres à moins d'être doué d'habiletés absolument exceptionnelles. La plupart du temps, les gens qui refusent de poursuivre leur formation atteignent très tôt un plafonnement professionnel.

2. Voici un schéma que tu pourras comparer au tien :



[1]

3. Les réponses seront différentes pour chacun. Compare les tiennes à celles qui suivent :

   a) Un agent de voyages ou un conseiller de voyageurs certifié devrait avoir de la patience et de l'entregent afin de pouvoir travailler avec une clientèle diverse. Il devrait en plus avoir de bonnes aptitudes pour la vente ainsi que de bonnes connaissances en mathématiques. Il faudra aussi une bonne mémoire et un intérêt pour le travail minutieux. Une maîtrise de la dactylographie et de l'ordinateur sera très utile. Finalement, il importe aussi d'avoir des connaissances en géographie.

   b) Le réceptionniste dans un hôtel devrait avoir des aptitudes en relations publiques afin de répondre aux plaintes des clients. Il devra bien connaître l'ordinateur pour faire les réservations et vérifier le crédit des clients et posséder une connaissance de base en comptabilité et en tenue de livres. Cette personne doit être serviable et avoir de bonnes aptitudes de communication.

   c) Le préposé à l'entretien des chambres doit être physiquement en forme afin de résister au rythme de travail assez épuisant. Cette personne doit toujours avoir une bonne apparence physique. Elle doit être prête à travailler en équipe avec les autres employés de l'hôtel. Finalement, il faut que cette personne soit honnête et digne de confiance.

   d) Un contrôleur aérien doit pouvoir travailler dans des conditions souvent contraignantes. Il doit pouvoir réfléchir rapidement afin de pouvoir prendre des décisions sur le champ. Il lui faut des connaissances portant sur l'ordinateur et sur les mathématiques, ainsi qu'une excellente aptitude à communiquer et à résoudre des problèmes.

Enrichissement

Aucune réponse suggérée pour cette activité.

---

[1] Schémas, *Check It Out! Is There a Tourism Career in Your Future?* (Alberta Tourism Education Council and Pacific Rim Institute of Tourism), p. 28.

QUESTIONNAIRE D'ÉVALUATION
L'industrie du tourisme (TOU1010)

Évalue ce cours et renvoie ce questionnaire à l'adresse indiquée à la fin de l'évaluation. Tu pourrais ainsi renvoyer ce questionnaire avec ton dernier travail du module. Ce cours a été conçu sous un nouveau format d'enseignement à distance; c'est la raison pour laquelle tes réponses nous sont si utiles. Tes commentaires seront grandement appréciés puisqu'ils pourraient nous aider à améliorer ce cours.

Nom _____

Adresse _____

_____

_____

Âge ❑ moins de 19 ans ❑ 19 - 40 ans ❑ plus de 40 ans ❑

N° de dossier _____

Date _____

Conception (Plan)

1. Le document de l'élève de ce module contient plusieurs activités autoévaluées. Les as-tu trouvées utiles et as-tu pu vérifier ton travail facilement pour obtenir une rétroaction?

   ❑ Oui ❑ Non Si oui, donne des explications.

   _____

   _____

   _____

2. Les questions étaient-elles faciles à comprendre?

   ❑ Oui ❑ Non Si non, donne des explications.

   _____

   _____

   _____

3. Chaque section comprend des activités complémentaires. Quel type d'activité complémentaire as-tu choisi?

- ❑ surtout «Aide supplémentaire»
- ❑ surtout «Enrichissement»
- ❑ les deux
- ❑ aucune

As-tu trouvé ces activités profitables?

❑ Oui ❑ Non Si oui, donne des explications.

_____

_____

4. As-tu compris ce qu'il fallait faire dans le Cahier de travaux pratiques?

❑ Oui ❑ Non Si non, donne des explications.

_____

_____

5. Le matériel du cours a été conçu pour des élèves travaillant à distance d'une manière indépendante. Étais-tu toujours clairement renseigné sur ce que tu devais faire?

❑ Oui ❑ Non Si non, donne des explications.

_____

_____

6. Ce cours pourrait comprendre des dessins, des photos et des tableaux.

a. As-tu trouvé les représentations visuelles utiles?

❑ Oui ❑ Non Si oui, donne des explications.

_____

_____

b. As-tu trouvé les différentes représentations visuelles motivantes?

❑ Oui ❑ Non Si oui, donne des explications.

_____

_____

7. Il se peut que des activités suggéraient l'écoute ou le visionnement de cassettes audio ou vidéo. T'es-tu servi de ces options?

❑ Oui ❑ Non Si non, donne des explications.

_____

_____

La question qui suit s'adresse uniquement aux élèves du secondaire 1er cycle.

8. Nous conseillons souvent aux élèves de travailler de concert avec leur accompagnateur. As-tu bien travaillé en équipe?

Commentaires de l'élève : _____

_____

_____

_____

Commentaires de l'accompagnateur :

_____

_____

_____

Contenu du cours

1. Y avait-il assez de détails pour t'aider à atteindre tes objectifs et à développer tes habiletés?

❑ Oui ❑ Non Écris tes commentaires.

_____

_____

2. La charge de travail était-elle raisonnable?

❑ Oui ❑ Non Si non, donne des explications.

_____

_____

3. Le niveau de lecture était-il approprié?

❑ Oui ❑ Non Donne tes commentaires.

_____

_____

4. Pourrais-tu indiquer à quel niveau de lecture tu te situes?

❑ Faible ❑ Moyen ❑ Bon

5. Est-ce que le matériel était clairement présenté et assez en profondeur?

❑ Oui ❑ Non Si non, donne des explications.

_____

Questions d'ordre général

1. Qu'est-ce que tu as le moins aimé dans ce cours?

_____

2. Qu'est-ce que tu as le plus aimé dans ce cours?

_____

Autres commentaires :

_____

_____

_____

Nous te remercions d'avoir pris le temps de remplir ce questionnaire. Tes commentaires nous sont très utiles. Envoie ce questionnaire à la :

Direction de l'éducation française
9e étage, Édifice Devonian
11160, avenue Jasper
Edmonton (Alberta) T5K 0L2

Remerciements

Ce matériel a bénéficié du travail de plusieurs personnes. La Direction de l'éducation française—Language Services Branch—tient à reconnaître la contribution et l'expertise des personnes et organismes suivants dans l'élaboration de cette publication :

Directeur de la Direction de l'éducation française :	Gérard Bissonnette
Directeur adjoint responsable des programmes français :	Marcel Lavallée
Direction du projet :	Paul Pelchat
Services d'édition :	Jocelyne Bélanger
Conceptualisation française :	Paul Pelchat, André Ruhigisha
Traduction et révision :	André Ruhigisha, Anne Genest-Chyzek et Marie-José Knutton
Infographie et traitement de texte :	Marthe Corbeil, Sonia Moreau, Josée Robichaud et Suzanne Richard
Illustration (page de titre) :	Michel Fortier

Nous remercions également toutes les personnes de la Learning Technologies Branch qui sont responsables de la production anglaise de cette ressource.

Printed by
Learning Resources
Distributing Centre
Production Division
Barrhead, Alberta
Canada, T7N 1P4
LRDC
"Reaching Students Is What We're About"

ÉTUDES PROFESSIONNELLES
ET
TECHNOLOGIQUES

L'INDUSTRIE DU TOURISME
TOU1010

CAHIER DE TRAVAUX PRATIQUES

Alberta
EDUCATION
1998

POUR L'ENSEIGNANT SEULEMENT

Résumé

	Points possibles	Ta note
Travaux pratiques Section 1	20	
Travaux pratiques Section 2	30	
Travaux pratiques Section 3	35	
Travaux pratiques Section 4	15	
	100	

Commentaires de l'enseignant

Cette publication est destinée au(x) :	
Élèves	✓
Enseignants	✓
Administrateurs (directeurs, directeurs généraux)	
Parents	
Grand public	
Autres	

Tourisme
L'industrie du tourisme (TOU1010). (Édition finale 1998)
Cahier de travaux pratiques
Alberta Distance Learning Centre
ISBN 0-7732-9871-1

TOUS DROITS RÉSERVÉS

© 1998, la Couronne du chef de la province de l'Alberta, représentée par le ministre de l'Éducation. Alberta Education, Language Services Branch, 11160, avenue Jasper, Edmonton (Alberta) T5K 0L2. Tous droits réservés. En vente par l'entremise du Learning Resources Distributing Centre.

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle du présent ouvrage faite sans le consentement écrit d'Alberta Education, par quelque procédé que ce soit, y compris la photocopie (sauf avis contraire), est illicite.

Tout a été mis en œuvre pour indiquer les sources originales, conformément à la Loi sur le droit d'auteur. Prière de signaler toute omission à Alberta Education qui prendra les mesures correctives appropriées.

IL EST STRICTEMENT INTERDIT DE REPRODUIRE TOUTE PARTIE DE CE DOCUMENT SOUS LES TERMES DE PERMIS COLLECTIFS OU D'ORGANISMES D'ATTRIBUTION DE LICENCES.

CAHIER DE TRAVAUX PRATIQUES

L'industrie du tourisme
TOU1010

RÉSERVÉ À L'ÉLÈVE	
Date d'envoi du module : _____	(Si l'étiquette est absente ou incorrecte)
Temps consacré à ce module : _____	Numéro du dossier : _____

RÉSERVÉ AU CORRECTEUR

Enseignant responsable : _____

Note : _____

Corrigé par : _____

Module reçu le : _____

Données inscrites au dossier de l'élève : _____

Questions et commentaires de l'élève

Appose ici l'étiquette du module

Nom

Adresse

Code postal

Assure-toi que l'étiquette correspond au cours et au module

Commentaires de l'enseignant

_____

Enseignant

MARCHE À SUIVRE POUR L'ENVOI DU CAHIER DE TRAVAUX PRATIQUES

(Renseigne-toi auprès de l'administration de ton école pour voir si ton travail sera corrigé à l'extérieur de l'école. Si c'est le cas, on t'indiquera où tu peux l'envoyer.)

1. AVANT DE POSTER TON CAHIER :

- assure-toi que toutes les pages sont numérotées et placées dans l'ordre et qu'il n'y a ni trombone, ni agrafe sur les documents;
- assure-toi d'avoir fait tous les exercices. S'ils ne sont pas tous faits, explique pourquoi;
- relis ton travail pour vérifier l'orthographe et l'exactitude de tes réponses;
- remplis la page couverture du cahier et apposes-y l'étiquette correspondante;
- assure-toi de joindre la page couverture au cahier.

2. RÈGLE À OBSERVER POUR LES ENVOIS POSTAUX :

N'inclus pas de lettre avec ton cahier.

Tu dois poster toute lettre dans une enveloppe séparée.

3. TARIFS POSTAUX :

Première classe

Rends-toi au bureau de poste et fais-y peser l'enveloppe contenant ton cahier. Affranchis suffisamment ton enveloppe, apposes-y une étiquette de première classe, puis scelle l'enveloppe. Les cahiers seront acheminés plus rapidement par le courrier de première classe.

Poste chaque travail par section aussitôt qu'il est terminé.

Lorsque tu t'inscris à des cours enseignés à distance, on s'attend à ce que tu envoies régulièrement tes travaux à la correction. Évite d'envoyer plus de deux ou trois sections d'une même matière à la fois.

CAHIER DE TRAVAUX PRATIQUES
L'INDUSTRIE DU TOURISME : TOU1010

La note finale pour ce module sera déterminée par la qualité des travaux complétés.

Travaille lentement et attentivement, mais régulièrement. Si tu as des difficultés, retourne en arrière et relis les sections appropriées.

Il y a quatre sections dans ce Cahier de travaux pratiques qui ont une valeur totale de 100 points. La valeur de chaque section est indiquée dans la marge de gauche.

Tu peux faire ton travail au brouillon sur une autre feuille, avant de l'écrire au propre dans ce cahier.

Vérifie chaque partie soigneusement.

Travaux pratiques, section 1 : La structure de l'industrie

20

Lis attentivement toutes les parties des travaux et écris tes réponses dans les espaces donnés.

5

1. Un de tes correspondants est surpris d'apprendre que tu suis un cours en tourisme. Il ne sait pas trop ce qu'on apprend dans un tel cours. Est-ce qu'il s'agit de savoir comment on couche au motel et comment prendre de bonnes photographies des paysages?

   En guise de réponse, tu envoies à ton ami une courte lettre lui expliquant en quoi consiste l'industrie du tourisme. Tu lui parles de l'importance de ce secteur en utilisant des termes tels que *l'industrie du tourisme, installations touristiques, touriste, touriste en voyage d'agrément, voyageur d'affaires, excursionniste* et *VAF*.

   On a commencé cette lettre pour toi.

   Mon cher Charles,

   Non, ce n'est pas un cours ou on apprend à jouer au touriste. On apprend plutôt comment fonctionne l'industrie du tourisme qui fournit aux voyageurs les produits et services dont ils ont besoin. Tu vois, l'industrie du tourisme...

   _____

   _____

   _____

(Tu peux continuer à la page suivante.)

5

2. Décris les vacances d'un groupe de touristes en voyage d'agrément. Ces vacances peuvent être réelles ou imaginées; il pourra s'agir d'un groupe d'amis passant la fin de semaine à faire du camping ou, tout au contraire, d'un groupe faisant le tour de l'Europe (un court voyage sera évidemment plus facile à décrire). Nos voyageurs devront utiliser au moins **cinq** des huit secteurs de l'industrie du tourisme.

Dans ta description, tu dois te référer de façon spécifique aux entreprises et aux installations touristiques utilisées et tu dois identifier le secteur auquel ces éléments appartiennent.

(Tu peux continuer à la page suivante.)

6

3. Bien que l'industrie du tourisme soit divisée en huit secteurs, ces secteurs sont tous interdé–pendants, chacun dépendant des autres pour bien réussir.

Imagine qu'un congrès doit se dérouler dans une certaine région et qu'on y attend plusieurs centaines de personnes. Dans un paragraphe ou deux, montre comment le succès de cet événement dépend de la collaboration d'au moins **trois** des huit secteurs de l'industrie du tourisme.

(Tu peux continuer à la page suivante.)

(4) 4. Dans un paragraphe explique brièvement le rôle joué par l'**un** des secteurs suivants :

- les gouvernements/le secteur public
- les associations liées à l'industrie du tourisme (à l'aide d'un exemple concret)

30

Travaux pratiques, section 2 : Ce pourquoi les gens voyagent

Lis attentivement toutes les parties des travaux et écris tes réponses dans les espaces donnés.

1. Pour **chacune** des destinations ou attractions suivantes, suggère

   - ce qui motive les gens à s'y rendre;
   - quelle est la clientèle visée;
   - une bonne méthode de promotion ou de publicité.

   Quand tu penseras à la publicité, pense d'abord à la clientèle visée et puis essaye d'imaginer une publicité attrayante susceptible de vendre le produit. Les questions qui suivent pourront t'aider à mieux prendre une décision.

   - Où est-ce qu'il faut faire de la publicité pour rejoindre la clientèle visée?
   - Quel est le système de valeurs de ces personnes? Qu'est-ce qui les inciterait à voyager?
   - Quel genre de stratégie publicitaire plairait à ces personnes? Des coupons gratuits? Un concours? Des brochures de luxe?

3

a) Une tournée des « sept merveilles du monde ».

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

3 b) Un terrain de golf en Colombie-Britannique.

3 c) Un nouveau terrain de camping sur les rives d'un lac du centre de ta province.

3

d) On installe dix nouveaux manèges dans un parc d'attractions de l'Alberta (ou de la Saskatchewan).

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

2. Lis l'article qui suit et réponds ensuite aux questions sur le texte.

Un nouveau croisiériste se spécialise en vacances familiales

Lorsque l'*American Adventure* entreprendra son voyage inaugural dans les mers des Caraïbes en décembre prochain, on trouvera parmi les passagers un très grand nombre d'enfants.

Les autres passagers seront en fait leurs parents venus les accompagner.

Le paquebot appartient à la compagnie *American Family Cruises*, une nouvelle compagnie de croisières créée expressément pour porter à de nouveaux sommets l'attention qu'on accorde aux enfants.

«Plutôt que d'offrir aux enfants un programme symbolique et un simple placard comme salle de jeux, nous allons leur consacrer le gros de nos installations collectives», déclare avec fierté le représentant de la compagnie.

On prévoit des activités tout au long de la journée et les enfants seront divisés en quatre groupes d'âges différents, chacun des groupes sera placé sous la supervision d'un entraîneur ou d'un moniteur.

À l'infirmerie, on trouvera un pédiatre. La salle à manger offrira un menu spécialement conçu pour les enfants. On prévoit une autre salle à manger où on servira un buffet 18 heures par jour, ce qui permettra aux enfants de manger où ils le voudront quand ils le voudront.

Les enfants auront accès à la salle des nouvelles du paquebot ainsi qu'au centre d'informatique, afin de pouvoir préparer un bulletin de nouvelles qui sera diffusé tous les soirs. Certaines excursions sur la terre ferme seront réservées exclusivement aux enfants.

Les parents auront donc le loisir de passer autant de temps qu'ils le désireront avec leurs rejetons. En plus du programme d'activités prévu jusqu'à dix heures du soir, il y aura, pour les enfants les plus âgés, un service de garderie communautaire opérant jusqu'à une heure du matin. Pour les moins de deux ans, on offrira les services d'une gardienne en cabine.

L'*American Adventure* partira de Miami tous les dimanches. On prévoit des escales à Nassau, à l'île du capitaine Kidd, à la caye de Serena, au lieu de villégiature de la Casa de Campo en République dominicaine et finalement à Key West.

Dorothy Jordan, la directrice de *Travel With Your Children*, basée à New York, qui publie également *Family Travel Time*, aime bien ce nouveau concept.

« On y offre plus de choix pour les parents que sur n'importe quelle autre croisière en mer », dit Jordan qui est aussi l'auteur d'un guide intitulé *Cruising With Children*.

« On ne fait pas que séparer les parents des enfants, il y a aussi plein d'activités prévues

pour toute la famille. Toutefois, pour les parents qui veulent être seuls un certain temps, ils ont aussi cette option. »

Signalant que les enfants plus âgés sont probablement la prochaine clientèle visée quand on parle de vacances familiales, Jordan considère le programme pour adolescents, préparé par l'*American Family Cruises*, comme un coup de génie. Elle, son mari et ses enfants, tous deux adolescents, ont décidé à l'unanimité, de s'embarquer à bord de la croisière inaugurale.

Club Yes!, le programme des jeunes de 13 ans et plus, se déroulera dans des salles réservées aux adolescents. On y trouvera une salle de jeux électroniques, une salle de télé où l'on pourra regarder l'équivalent de much-music et en soirée, on prévoit une disco.

Parmi les autres programmes, on trouvera le *Fuzzy Wuzzy's Den* pour les jeunes de deux à quatre ans. On y lira des histoires, on y fera de la peinture faciale et autres activités pour les petits. Pour les jeunes de cinq à sept ans, il y aura le *Rock-O-Saurus Club* avec ses jeux, ses activités sportives et ses classes de magie. Le *Sea Haunt* prévoit, pour les huit à douze ans, des concours de planches à roulettes, des activités sportives, des jeux éducatifs.

Il y aura des endroits strictement réservés aux adultes : le casino, les boîtes de nuit, les bars, le gymnase et le centre de conditionnement physique.

Pour avoir une idée des coûts d'une telle croisière, voici quels étaient les prix demandés jusqu'au 15 septembre 1995 par une compagnie de Toronto nommée *Encore Cruises*.

Le prix pour chaque adulte (deux adultes par cabine) allait de 1 469 $ à 1 929 $ en fonction de la classe désirée. Ce prix comprenait le vol de Toronto à Miami. On prévoyait une réduction de 300 $ si le vol n'était pas requis. Le tarif pour enfants de deux à dix-sept ans variait de 299 $ à 829 $ selon la saison. Les enfants de moins de deux ans voyageaient gratuitement. Pour les adultes, le prix restait le même toute l'année sauf pour la semaine de Noël et celle de Pâques. Pour une famille monoparentale, on ne prévoyait pas de supplément pour une cabine de classe inférieure.[1]

---

(2) a) Selon cet article, à quel besoin répond la compagnie de croisières?

_____

_____

_____

_____

(2) b) Pour quel groupe de touristes ce programme est-il offert?

_____

_____

_____

[1] Felicity Munn, "New Cruise Line Dedicated to Family Vacations," *Red Deer Advocate*. Réimprimé avec la permission de la presse canadienne.

(14) c) Suppose que tu travailles pour le service de commercialisation de la compagnie *American Family Cruises*. Avant de lancer ce nouveau produit dont il est question dans cet article, on t'a chargé de préparer un sondage afin de savoir quels étaient les nouveaux services que la compagnie devrait offrir. Tu as donc dû préparer un questionnaire susceptible d'obtenir les renseignements nécessaires.

Prépare ce questionnaire. N'oublie pas que tu es à la recherche de données démographiques et psychographiques même si tu n'utilises pas ces termes dans ton questionnaire. Ton questionnaire devrait comporter dix ou douze questions et ces questions devraient pouvoir t'aider à savoir qui sera ta clientèle et quel genre de croisière les gens voudraient.

Nous avons commencé le questionnaire.

Questionnaire

1. À quel groupe d'âge appartenez-vous?

_____ moins de 18 ans _____ 18 – 25 ans _____ 25 – 30 ans

_____ 30 – 40 ans _____ 40 – 50 ans _____ plus de 50 ans

2.

(Tu peux continuer à la page suivante.)

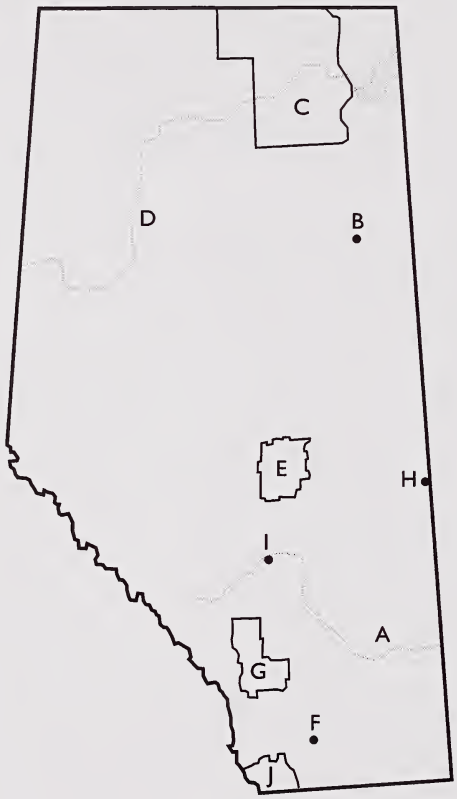
35

Travaux pratiques, section 3 : Le tourisme sur le plan local et régional

Lis attentivement toutes les parties des travaux et écris tes réponses dans les espaces donnés.

5

1. Sur la carte de l'Alberta qui suit, tu trouveras des endroits marqués par une lettre. Chacune de ces lettres désigne soit une région touristique, soit une communauté, une rivière ou un parc national. Inscris le nom de la région, de la communauté, de la rivière ou du parc à l'endroit prévu.



2. Beaubourg, Alberta est un village de 5 000 habitants. Le village se trouve dans les piémonts, à environ une heure de la route Jasper-Banff. Dans la région, on démontre cinq terrains de golf, un lac magnifique pour la pêche, pour la natation ou pour tout autre sport nautique. La municipalité est en train de bâtir un réseau de pistes utilisables tant par les cyclistes que par les piétons et les excursionnistes.

   Trois entrepreneurs de la région y voient une magnifique occasion d'affaires. Ils veulent mettre sur pied un «camp familial ». Au lieu de ne recevoir que les enfants au camp d'été, ici on y accueillera toute la famille. Pendant la journée, les enfants de tout âge seront occupés à diverses activités : artisanat, classe d'orientation, équitation, plantation d'arbres, leçons de natation, randonnées, cours d'appréciation de la nature. Pendant ce temps, les parents pourront faire du golf, du ski nautique, des randonnées, du vélo, de la lecture ou tout simplement se reposer. Dans la soirée, on pourra soit faire des activités en famille soit continuer d'utiliser les services du camp.

6

   a) En tant que membre de la chambre de commerce de Beaubourg, Alberta, tu as été délégué pour présenter ce projet aux habitants du village. Tu devras leur présenter le pour et le contre.

      Prépare ton évaluation en remplissant le tableau qui suit. Tu feras ensuite tes recommandations (que tu expliqueras, bien entendu).

Aspects positifs	Aspects négatifs

Recommandations (et raisons)

6

b) Les citoyens de Beaubourg ont décidé que les aspects positifs étaient plus importants que les aspects négatifs. On te demande de préparer **deux** stratégies publicitaires pour le camp familial. Présente tes recommandations et justifie les choix proposés.

Première stratégie :

Deuxième stratégie :

3. Pour répondre à cette question, il faudra faire de la recherche dans la communauté où tu habites et préparer un rapport suite à cette recherche.

(12) a) Parmi les activités ou les entreprises touristiques de ta région, tu vas en choisir une qui soit significative. Elle sera liée à l'un ou l'autre des huit secteurs de l'industrie du tourisme. Ce pourra être la foire ou l'exposition locale, un camp d'été pour les jeunes, un restaurant, un motel, un musée (tu peux consulter la page 13 de ton manuel pour toutes sortes d'idées).

Essaye d'apprendre tout ce que tu peux au sujet de cette entreprise ou de cette activité.

- Si possible, fixe un rendez-vous pour une entrevue avec le propriétaire ou avec le directeur de l'entreprise.
- Si tu fais l'étude d'un événement ou d'une activité organisée par le conseil municipal de ta communauté, essaye de rencontrer le responsable de l'organisation.
- Lis les journaux et écoute la radio pour voir si l'événement y est annoncé.
- Consulte les brochures touristiques, disponibles auprès de la chambre de commerce locale, pour voir si l'événement y est annoncé.
- Fais de la recherche à la bibliothèque locale pour voir si l'événement est documenté.
- Parle avec des gens d'affaires et des membres de la chambre de commerce, afin de voir quel est, selon eux, l'impact d'un tel événement pour la communauté.
- Parle avec des gens qui assistent à l'événement ou qui fréquentent l'entreprise dont tu parles, afin de connaître leurs opinions.

Quand tu auras fini ton enquête, tu écriras ton rapport. Le rapport sera divisé en quatre parties :

- une description de l'entreprise, de l'événement ou de l'attraction;
- une évaluation de son succès ou de son impact auprès de la communauté;
- une évaluation des stratégies publicitaires utilisées;
- une description des étapes suivies lors de la recherche.

Description de l'entreprise, de l'événement ou de l'attraction

_____

_____

_____

_____

(Tu peux continuer à la page suivante.)

Évaluation de son succès

Évaluation des stratégies publicitaires

Étapes suivies lors de la recherche

(Tu peux continuer à la page suivante.)

6

b) Maintenant, repenses au projet de recherche que tu viens tout juste de compléter. Selon toi, est-ce que c'est une réussite? Qu'est-ce qui a bien fonctionné? Qu'est-ce qui n'a pas très bien fonctionné? Quels bénéfices as-tu tirés de ce projet?

15

Travaux pratiques, section 4 : Une carrière en tourisme?

Lis attentivement toutes les parties des travaux et écris tes réponses dans les espaces donnés.

Dans cette section, tu as étudié un certain nombre de possibilités de carrière dans l'industrie du tourisme. Le temps est venu de faire une étude approfondie d'une seule carrière.

Choisis donc **une seule** carrière qui t'intéresse et fais de la recherche pour en apprendre davantage au sujet de cette carrière.

Étudie les différents aspects suivants :

- les responsabilités liées à l'emploi
- le salaire
- la formation requise
- autres cours de formation qui pourraient être suivis
- quelles sont les possibilités d'emploi?
- quelles sont les possibilités d'avancement?
- as-tu les aptitudes nécessaires?

Prépare un bref rapport. Tu pourras le faire par écrit sur les pages qui suivent ou encore sur bande sonore ou sur bande vidéo. Tu dois te référer aux points énumérés ci-dessus et citer les sources utilisées.

Tu pourras consulter ton conseiller d'orientation, ton enseignant et/ou le bibliothécaire.

Pour une liste des ressources disponibles, consulte la question 2 de la quatrième section, à la partie «Enrichissement».

Tu pourrais interviewer quelqu'un qui travaille dans le domaine que tu as choisi.

Si tu choisis de faire le travail sur bande sonore, sur bande vidéo ou par communication électronique, n'oublie pas d'y inscrire les renseignements suivants :

- Nom
- Numéro du module
- Numéro de la section

Ton rapport sera noté en fonction des critères suivants :

- contenu
- organisation
- présentation

Responsabilités liées à l'emploi :

Salaire :

Éducation et formation :

Possibilités d'emploi :

Possibilités d'avancement :

Tes aptitudes pour ce poste :

DATE DE RETOUR

F255 O

LRDC
Producer

Tourisme 1010

Cahier de travaux pratiques

1998

9811

University of Alberta Library